زياد عيد الرواضية

المثلث الذهبي

البتراء - وادي رم - العقبة





نشر بدعم من أمانة عمان
2007

المثلّث الذّهبيّ

"البتراء، العقبة، وادي رم"

زياد عيد الرواضية



نشر بدعم من أمانة عمان

الطبعة الأولى

١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(٢٠٠٧/٨/٢٦١٨)

٣٣٨،٤٧٩١
الرواضية، زياد
المثلث الذهبي: البتراء، العقبة، وادي رم/ زياد عيد موسى الرواضية – عمّان: المترجم، ٢٠٠٧.
(١٣٠) ص.
ر. إ: (٢٠٠٧/٨/٢٦١٨)
الواصفات: /الأماكن السياحية/ /صناعة السياحة/ /الأردن/

* تم إعداد بيانات الفهرسة الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

الإهداء

إلى روح والدي

إلى والدتي الغالية

مقدمة

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في الأطر والمقومات التي يمكن أن تساهم في خلق إقليم سياحي متكامل في مواقع البتراء، وادي رم والعقبة، بحيث تصبح منتجاً واحداً وتسوّق على هذا الأساس.

وقد دفعني إلى ذلك الشعور، بأهمية وضع الآليات والخطط من أجل الارتقاء بمستوى التنظيم، والتطوير، وإعداد الخدمات المتلائمة مع طبيعة المنتج وخصوصيته، ومن ثمّ، الاتجاه نحو مرحلة التسويق إلى حيث نجد من تشبعهم مكونات الإقليم (المثلّث الذهبي).

ولقد فكّرت بأهمية صنع المنتج وترويجه في المثلّث الذهبي طويلاً، وهو ما شكّل الدافع الأول للاتجاه بدراستي من اللغات الحديثة في درجة البكالوريوس نحو الإدارة السياحيّة، وعليه أخذت البحث في المعوّقات التي تعترض نفوذ سلعتنا السياحيّة الغنية والفريدة إلى العالم، وقد ساعدتني دراستي في التعمّق في كثير منها والاطلاع بشكل أكبر على طبيعتها.

وتنقسم دراستي هذه إلى أربعة جوانب أساسية، بحيث يتمثل في الجانب الأول تحليل للمقومات الموجودة في المثلّث الذهبي سواء من حيث الطبيعة الجغرافية، والآثار وتشكيلة الإقليم وتقسيماته إدارياً.

وفي الجزء الثاني من البحث، نتجّه نحو إقليم المثلّث الذهبي من جانب الخدمات السياحيّة المتوفرة، مع إطلالة على البنية التحتية التي تتواجد هناك، بالإضافة إلى الإتيان على بعض الأرقام التي تعكس لنا واقع الموارد البشرية في كل من العقبة والبتراء ووادي رم.

وفي القسم الثالث، نلقي الضوء على الحركة السياحيّة القاصدة لهذا الإقليم من حيث نوعية السياح، جنسياتهم، والغرض الأساسي من الزيارة بالإضافة إلى التطرق إلى الإحصائيات التي تخدم أغراض الدراسة.

والحقيقة أن هذه الأقسام الثلاثة آنفة الذكر تبرز إلى حد كبير الواقع الذي تقوم عليه السياحة في الإقليم الذهبي، أي أنها تغطي الطبيعة الحالية للوضع القائم، وهو أمر أجده ضرورياً لقياس إمكاناتنا وقدراتنا المستغلة، في حين أفرغت القسم الرابع للإمكانات الفعلية للإقليم، وهنا توضع الاستراتيجيات المستقبلية والخطط الفعلية للتطوير موضع البحث والتمحيص.

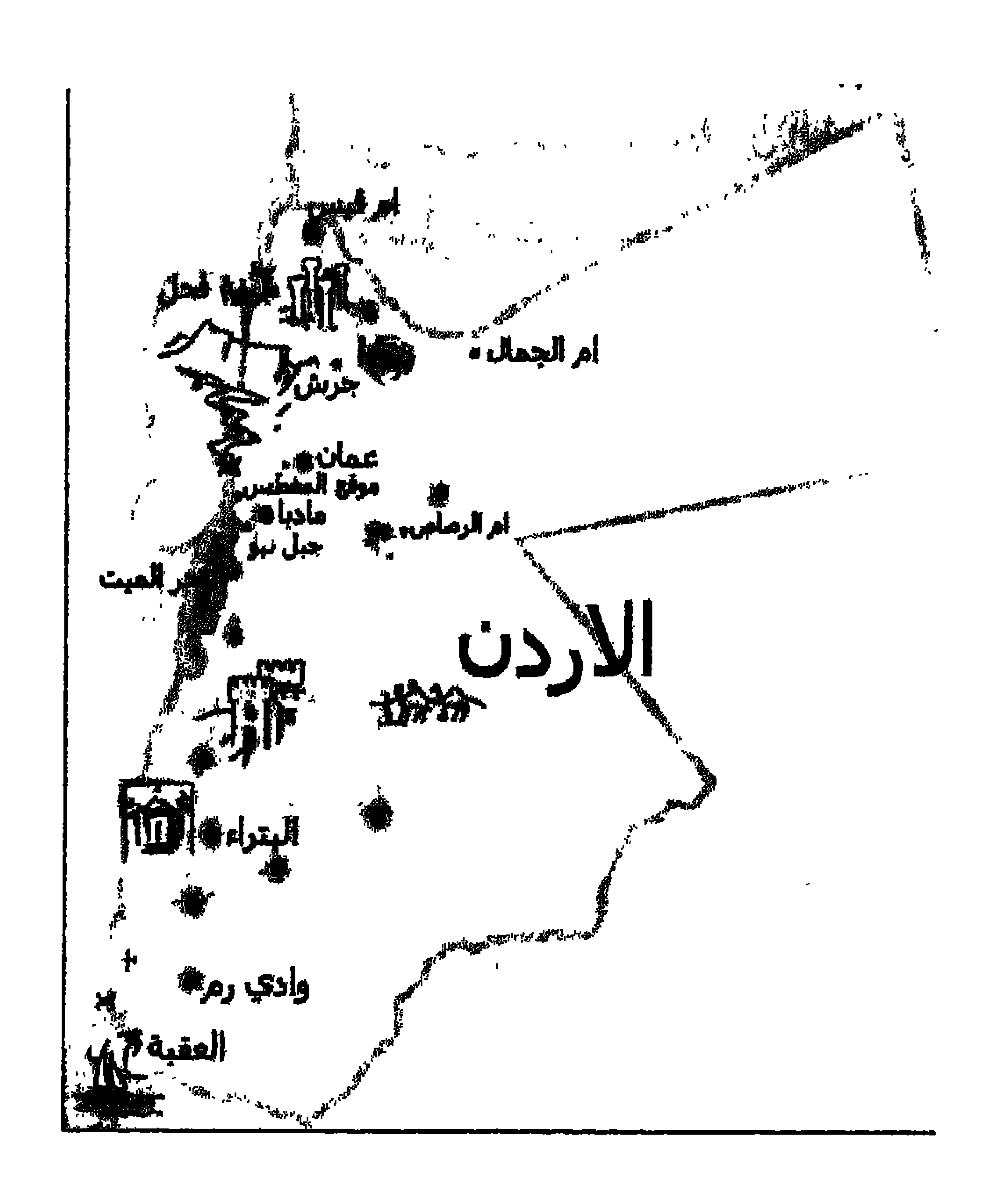
أنني أؤمن أيماناً راسخاً أن هذه المنطقة لديها الكثير لتعطيه، فالطبيعة والتاريخ والإرث الأثري الكبير الذي يمثل أجيالاً من الحضارات التي أرادت أن تحطّ رحالها في جنوب الأردن، كلها عناصر تحثنا على المزيد من الاهتمام بها لنستخرج ما تستطيع من كنوزها الدفينة.

ولا زال هواء البتراء الذي يخترق مكونات جسدي، ليعيد للروح مذاقها وليرتقي حاملاً نفسي إلى كل الآفاق العالية، يدفعني للمزيد من العمل، علّي أساهم ولو باليسير في إثبات عظم هويتنا وقدسية رسالتنا الحضارية عبر التاريخ.

المؤلّف

الجزء الأول

تعرف بالمثلّث الذهبي



أولاً: الجانب الجغرافي

تميّز منطقة الإقليم بكونها ذات تضاريس متنوعة، حيث تنتشر السلاسل الجبلية في مناطق البتراء والتي تسمّى بجبال الشراة وتعتبر من أعلى الجبال في الأردن حيث يصل ارتفاعها إلى ما يزيد عن ١٧٠٠ متر، وتمتد لمسافة ١٠٥ كيلومتر من النقب حتى الطفيلة، ويتراوح عرضها بين ٥ كيلومترات و ٢٠ كيلومترا[١]، ويبلغ معدل سقوط الأمطار فيها ٣٠٠ ملم سنوياً. فيما تنبسط

---

[١] البحيري، صلاح الدين: جغرافية الأردن، مكتبة الحسيني، عمان ط٢، (١٩٩١)، ص٤٥

الهضاب الرملية الملونة بالألوان الوردية، وتصل هذه الهضاب حتى أقصى جنوب الأردن عند مدينة العقبة مروراً بوادي رم.

وفي الصحراء الممتدة على طول المنطقة الواصلة بين البتراء و العقبة مرورا بالنقب ورم وانتهاءً بالمدورة على الحدود السعودية، نلاحظ قلة سقوط الأمطار، حيث تنمو أنواع معينة من النباتات التي تتلاءم طبيعتها مع قسوة الظروف المناخية للمناطق الصحراوية، كنباتات السلة Zilla Spinas، الغيصلان Avena Sterillis، [1] نبات الدفلى والشيح في البتراء، وأشجار الطلح والشيح والبُعَيثران Artemisia Judaica واليلبال Haloxylon Salicornicum بوادي اليتم، وشجيرات المغيرة Echiochilon Fruticosum والرتم، وأشجار الغضى والطرفة والبعيثران في وادي رم ورأس النقب[2]. وتتألف الهضاب الموجودة في هذه البقعة من الصخور الجرانيتية التي تمتد لأكثر من مئة كيلومتر من الحدود السعودية حتى الوصول شمالاً عند جبال الشراة، وهي هضاب تميز بضعف الغطاء النباتي.

لكن ورغم شحّة سقوط الأمطار في الإقليم إلا أنّه زاخر بالمياه الجوفية والمتمثلة بوجود حوض الديسي بالقرب من وادي رم ويمتد جنوباً نحو الأراضي السعودية، ويتميز بعذوبة مياهه، بنسبة مواد مذابة تصل إلى ٢٧٠ جزءاً بالمليون[3].

وأما مدينة العقبة فتتميز بوقوعها على البحر الأحمر على الحدود مع فلسطين المحتلة والسعودية، وهو ما جعلها مصدراً للصيد يعتاش منه بعض

---

[1] الاسطة، رشا: السياحة البيئية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، (١٩٩٧)، ص٣٣.

[2] البحيري، صلاح الدين: مرجع سابق، ص١١٥

[3] البحيري، صلاح الدين: مرجع سابق، ص١٣١

السُّكّان المحليين، ومركزاً أساسياً للملاحة البحرية الأردنية خصوصاً وأنه يمثل المنفذ البحري الوحيد للأردن، وتنتشر في العقبة أشجار النخيل التي تعطي سمة جمالية لها[١].

المناخ:

يتميّز الأردن بشكل عام بتنوع وتباين الأقاليم المناخية، فالمناخ الصحراوي يسود البادية الشرقية فيما يسود مناخ البحر الأبيض المتوسط منطقة المرتفعات، وهو الأمر الذي يقود إلى التباين في درجات الحرارة ومعدلات سقوط الأمطار.

وإقليم المثلّث الذهبي يمزج بين الأنماط المناخية آنفة الذكر، ففي حين يتواجد مناخ البحر الأبيض المتوسط في جبال الشراة وتتراوح درجات الحرارة بين 14° – 18°، فيما تتراوح نسبة سقوط الأمطار بين ١٠٠ – ٣٠٠ ملم سنوياً، نجد أن هضاب البتراء ورم يسودها المناخ الصحراوي، حيث يتراوح معدل درجات الحرارة ما بين 18° – 24° وبمعدل سقوط للأمطار يقل عن ٥٠ ملم سنوياً. وأما خليج العقبة ووادي عربة فيسودها المناخ شبه المداري والذي يمتد حتى يصل الأغوار وهضاب شرقي البحر الميت، وهنا نجد أن درجات الحرارة تصل إلى ما يزيد عن 24° ويكون صيفها حاراً وشتائها دافئاً[٢].

ثانياً: الجانب التاريخي

يقع إقليم المثلّث الذهبي في جنوب الأردن، وهي منطقة كانت غنية بالكثير من الحضارات والأمم وذلك بسبب الموقع الجغرافي المتميز بين شبه الجزيرة

---

[١] البحيري، صلاح الدين: الأردن دراسة جغرافية، منشورات لجنة تاريخ الأردن، عمان ط١ (١٩٩٢)، ص ٩ – ٣٨

[٢] المركز الجغرافي الأردني: الأردن صور وخرائط، المركز الجغرافي، عمان ط١(١٩٩٣) ، ص ٢٨ – ٢٩

العربية (السعودية حالياً) وبلاد الشام (شمال الأردن وسوريا ولبنان حالياً)، ولقد حطت العديد من الأقوام رحالها على أرض هذا الإقليم من أدوميين وأشوريين وبابليين وفرس ويونان والأنباط وانتهاء بالعصور الإسلامية[1]، وفيما يلي ملخص بأهم هذه الحضارات:

الكنعانيون:

يعود أصل الكنعانيون إلى الشعوب السامية المهاجرة من جزيرة العرب إلى بلاد الشام، وقد تواجدوا خصوصاً في المناطق السواحلية وشيدوا حضارتهم هناك وجعلوا من فلسطين مركزاً لها وتعود الحضارة الكنعانية إلى عام ٣٠٠٠ ق.م، وما زالت توجد آثارهم في مدن أريحا وبيسان وعكا. وقد اشتغلوا بالزراعة والتجارة والصيد، كما اهتموا بالصناعات المعدنية كالذهب والفضة والفولاذ، وتعتبر أغلب الكيانات الحضارية الموجودة في الأردن امتداداً للكنعانيين والأراميين حتى تلك الفترة[2].

الآدوميون:

استقر الآدوميون في جبال الشراة بالقرب من وادي الحسا، وقد كانت عاصمتهم مدينة بصيرا إلى الشمال من مدينة البتراء، وهم من الشعوب السامية التي استقرّت في الأردن في الفترة من ٢٠٠٠ – ٦٠٠ ق. م. وتعتبر من أبرز الحضارات التي تمركز وجودها في إقليم المثلّث الذهبي بجنوب الأردن.

---

[1] الزلابية، عبد الله عوض: وادي رم بين الماضي والحاضر، (١٩٩٨) ص١٥

[2] الشناق، عبد المجيد: المدخل إلى تاريخ الأردن وحضارته، عمان ط ٣ (٢٠٠٣)، ص٤٦.

وقد ساد نظام حكم الآدوميين الحكم الملكي الوراثي، فيما كان نظامهم الديني وثنياً يقوم على عبادة الأصنام وكان من آلهتهم: بعل، وإيل، وعشتار، وغيرها، وقد حرصوا على إقامة علاقات وثيقة مع الآشوريين في مواجهة العبرانيين[1].

المؤابيون:

هم أحد الشعوب السامية التي أقامت في شرق الأردن خلال الفترة من ٢٠٠٠ – ٨٠٠ ق.م، في المنطقة الواقعة بين وادي الحسا ووادي الموجب، وجعلوا من ذيبان عاصمة لهم، وقد خاضوا حروباً طويلة ضد العبرانيين بقيادة الملك ميشع لاسترداد ما احتلوا من مملكة أدوم، وقد تحدث الملك ميشع عن هذه الحقبة من خلال النقش الشهير "نقش ميشع" والذي يحفظ الآن في متحف اللوفر في باريس، وقد أظهر هذا النقش جوانب عدة للحياة السياسية القائمة على الحكم الملكي بالإضافة للتطرق للنزاع مع العبرانيين.

هذا وقد استعان المؤابيون بالحضارتين الأشورية والبابلية في العراق "بين النهرين"، للاحتماء بهم وتقوية نفوذهم.

العمونيون:

يعتبر العمونيون من القبائل السامية التي أقامت حضارتها إلى الشمال من المملكة المؤابية، وتحديداً في عمون (عمان حالياً) حيث جعلوها عاصمتهم، وأقاموا تحالفات مع المؤابيين في ذيبان والأدوميين في بصيرا (بصرى) لوقف هجمات القبائل العبرانية. ولم تكن مملكة عمون على قدر كبير من القوة مقارنة بالمؤابيين والأدوميين،

---

[1] محافظة، محمد عبد الكريم: الأردن تاريخ وحضارة، مؤسسة حمادة للنشر، إربد ط١، (٢٠٠١) ص٣٠.

وقد كانوا يدفعون الضرائب والجزية لممالك ما بين النهرين (الأشورية والبابلية) في العراق، ومن أشهر آلهتهم تايكي (آلهة الحظ)[1].

الأنباط:

شيّد الأنباط حضارتهم في جنوب الأردن على أنقاض مملكة الأدوميين على مدى ستة قرون من ٦٠٠ق.م. حتى ١٠٦م، وقد قدموا من الجزيرة العربية واعتمدوا في البداية على الزراعة، ثم التفتوا إلى الأهمية الإستراتيجية التي يشكّلها موقعهم على طرق التجارة، فأخذوا يقبلون على الأعمال التجارية، وشرعوا في الاستقرار فحفروا البيوت والأديرة للعبادة، وشيّدوا عاصمتهم في البتراء ومعناها الصخرة، وقد اهتموا بالعلم والثقافة فبنوا المدرّج داخل المدينة وطوّروا نظم المياه والري لجلب المياه من الينابيع إلى قلب المدينة بواسطة قنوات مصنوعة من الفخّار[2].

لقد كانت التجارة سبباً في ازدهار دولة الأنباط، حيث أصبحت دولتهم همزة وصل في تجارة البخور والخزف والمر والتوابل من جنوبي الجزيرة العربية، والمنسوجات الحريرية من دمشق.

واستخرج الأنباط الإسفلت (القار) من البحر الميت وقاموا بتصديره إلى مصر لاستخدامه في التحنيط وطلاء جذوع الأشجار، واستخرجوا أيضاً العطور من النباتات (نبات الملسات) التي يكثر تواجدها على سفوح جبال الشراة.

كان الحكم عند الأنباط قائماً على النظام الملكي الوراثي، وكان للدولة مؤسساتها المدنية والقضائية، وكان الملك النبطي يحظى عادة بمكانة دينية مرموقة،

---

(١) الشناق، عبد المجيد: مرجع سابق ص٥٦.

(٢) المحيسن، زيدون: هندسة المياه والري عند الأنباط العرب، هيئة بيت الأنباط، البتراء، ط١، (٢٠٠٢) ص٣٦.

أما المرأة النبطية فكانت ذات شأن في الحياة النبطية حتى أن صورة الملكة كانت توضع على النقود إلى جانب صورة الملك.

وأما عن الجانب الديني، فقد عبد الأنباط الأوثان وكان من أشهر آلهتهم اللات والعزى، ومناة، وذو الشرى.

هذا وقد اتسعت حدود مملكة الأنباط حتى وصلت في عهد الملك الحارث الثالث إلى حدود دمشق شمالاً، وأنشأوا محطات تجارية على الساحل السوري وفي مصر ومكة واليمن[1].

الرومان (٦٤ ق.م – ٦٣٦م):

قامت الإمبراطورية الرومانية على أنقاض الإمبراطورية اليونانية وتمكن القائد الروماني بومبي من احتلال سوريا القديمة (سوريا، الأردن، فلسطين، لبنان) وقام بإعمار المدن التي قام بتخريبها اليهود وأقام ما يسمى بحلف الديكابوليس Decapolis والذي يشمل مدن: عمان (فيلادلفيا)، جرش (جراسا)، أم قيس (جدارا)، طبقة فحل (بيلا)، إربد (أرابيلا)، بيت رأس (كابيتولياس)، بيسان، دمشق، درعا، بصرى، وقد كانت مدينة البتراء إحدى المدن التي خضعت للحكم الروماني بعد احتلالها من قبل القائد الروماني بومبي عام ٦٤ ق.م.

كما انشأ الإمبراطور الروماني تراجان لاحقاً طريقاً يربط مدن بصرى، جرش، عمان، مادبا، الكرك، البتراء، العقبة ببعضها البعض، وقد عرف هذا الطريق بالطريق الملوكي أو طريق تراجان[2].

---

[1] السوارية، نوفان، وحنان ملكاوي وإبراهيم الشرعة: تاريخ الأردن وحضارته، ط١، (٢٠٠٥) ص١٩ – ٢١.

[2] السوارية، نوفان: مرجع سابق ص٢٣.

الحكم الإسلاميّ:

عادت جنوب الأردن كما هو الحال في كل بلاد الشام إلى الحكم العربي الإسلامي بعد معركة اليرموك بين المسلمين والروم عام ٦٣٦م، وقد تبعت الأردن الحكم الإسلامي الأول، ثم الأموي ومقره دمشق ثم العباسي ومقره بغداد، ولعل البارز ذكره هنا أن الدولة العباسية انطلقت من الحميمة وهي قرية واقعة إلى الشمال من مدينة العقبة وهو ما أعطى بعداً تاريخياً هاماً للأردن عموماً ولجنوبه (المثلّث الذهبي) خصوصاً.

ويعتبر الكيان الأردني الآن امتداداً للحضارة العربية الإسلامية إلى يومنا هذا.

المقوّمات الطبيعية للمثلّث الذهبي

الموقع الجغرافيّ:

يمتدّ الأردن بين خطّي طول َ52 ٣٤ و َ12 ٣٩ شرقاً وبين دائرتي العرض َ17 ٢٩ و َ23 ٣٣ شمالاً، وهو يجمع على أراضيه بيئتين: البيئة الصحراوية، وبيئة البحر الأبيض المتوسط. وتبرز الأهمية الإستراتيجية لموقع الأردن عموماً ومن ثم المثلّث الذهبي في كونه يعد حلقة وصل بين قارتي إفريقيا وآسيا وتحديداً في قلب العالم العربي وبين ضفتيه الآسيوية والأفريقية.

ويدرك المتفحّص أهمية الموقع الجغرافي من خلال كونه جزءاً من الأرض التي شهدت نزول الديانات السماوية الثلاث: اليهودية، المسيحية، والإسلام، وهو ما يعكس حركة المرور المكثّفة لزوّار الأرض المقدسة في الأردن وفلسطين، ومكة والمدينة إلى الجنوب من الإقليم[١].

المناخ:

يعد المناخ واحداً من أهم العوامل الطبيعية المميزة للإقليم الذهبي، فهو يجمع بين ثناياه ثلاثة أنماط مناخية تبدأ بمناخ البحر الأبيض المتوسط في جبال الشراة والتلال المحيطة بمدينة البتراء، والمناخ الصحراوي في وادي رم، والمناخ الحار (شبه المداري) في العقبة ووادي عربة وصولاً إلى حدود البحر الميت شمالاً، وهو ما يجعل من الإقليم مركز جذب لسياحة الفصول المختلفة[٢].

---

[١] سماوي، حابس: السياحة والاستجمام في الأردن، لجنة تاريخ الأردن، عمان، ط١، (١٩٩٤) ص٨.

[٢] المركز الجغرافي الملكي: مرجع سابق ص ٢٨.

التضاريس الطبيعية، وتتمثل في المظاهر التالية:

خليج العقبة:

يعتبر خليج العقبة أحد أبرز الثروات الطبيعية في المثلّث الذهبي، حيث تقع مدينة العقبة على شواطئ البحر الأحمر، وتعطي الطبيعة الجغرافية للخليج حماية طبيعية لإعطاء أجواء مثالية للغوص، حيث تعد رياضة الغوص من أكثر الرياضات التي يقبل عليها السائحون.

ويساعد هدوء خليج العقبة في تشجيع الرياضات المائية الأخرى كالسباحة وركوب القوارب الشراعية والتجديف، علاوة على إقامة المهرجانات الدولية للتزلج والغطس[1]، خصوصاً وأن مياهه تتميز بالدفء شتاءً والبرودة النسبية صيفاً. ولذلك نجد أنها تعد المشتى الأول لكثير من السياح الأردنيين والأجانب. فمتوسط النهاية الصغرى للحرارة في شهر كانون الثاني يبلغ نحو ١٥,٦ مئوية، ومعدل سطوع أطول للشمس يصل إلى نحو ٧ ساعات.

وتعود الأهمية الأولى لشواطئ البحر الأحمر في العقبة إلى كونها مطلة على شاطئ مرجاني تعيش فيه الكثير من الإحياء البحرية النادرة ذات الألوان المتناسقة مع الصخور المرجانية حيث يوجد أكثر من ١٠٠٠ نوع من الأسماك وقرابة ٢٠٠ من المرجان الصلب والناعم التي يزخر بها خليج العقبة.

---

[1] الظاهر، نعيم وسراب إلياس: مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر، عمان، ط١، (٢٠٠١) ص٢٣٢.

منتجع العقبة البحري (Aqaba Marine Park):

يتوفر في منتجع العقبة البحري أكثر من عشرة مواقع للغوص البحري ويقع في المنطقة البحرية المجاورة للمياه الإقليمية لفلسطين المحتلة، ويوفر محطة علمية للباحثين في العلوم البحرية ويتبع للجامعة الأردنية وجامعة اليرموك.

كما يوجد في هذا الساحل المخيم الوطني حيث يسمح بالتخييم على الشاطئ وتقدّم فيه كافة الخدمات الضرورية من المظلات ودورات المياه، وأماكن للاستحمام.

وأما نادي الغوص الملكي (Royal Diving Club)، ويقدم خدماته للغواصين من تجهيزات وقد تم خصخصته وإعادة تطوير آليات العمل فيه.

وفي نادي المرجان (Murjan Club) التابع لفندق AL-Cazar تتوفر برك السباحة وكافة التجهيزات الخاصة بالرياضات المائية.

ويمثل منتجع العقبة البحري ملاذاً للأحياء البحرية كما ويوفر الحماية لما يقرب من ٢٥% من أنواع النباتات البحرية في الخليج.

صحراء وجبال وادي رم:

تعتبر منطقة وادي رم واحدة من أكثر المواقع الطبيعية في الأردن سحراً، وقد اكتسبت شهرة واسعة نظراً لما تحتويه من مناظر خلابة. وتعد جبال رم الشاهقة عامل إغراء لهواة التسلق.

فيما تنتشر في وادي رم المخيمات لأغراض مبيت السياح لقضاء الليل في الصحراء المترامية عند أقدام الجبال، ويقوم بعض السياح باستخدام سيارات الجيب (Jeep) التي تقدمها جمعية رم أو ركوب الجمال كوسيلة للتجول في وادي رم.

ولوادي رم مدخلان أحدهما من الجهة الجنوبية بالقرب من وادي اليتم والآخر في الجهة الشمالية، ويمتد الطريق في الصحراء حيث يلاحظ وجود

الصخر الرملي بكثافة وبتكوين يأخذ بالألباب إلى حد جعل لانكستر هاردنج يصف زيارة رم أمراً مثيراً يختلف عن أي شيء يمكن أن يراه الإنسان[1].

وقد أقدم الكولونيل البريطاني لورنس على وصفه في كتابه (أعمدة الحكمة السبعة)، وهو ما شجع الكثير للقدوم لزيارته وقضاء ليلة في صحرائه، بل وتم القيام بأعمال سينمائية عالمية فيه كالفيلم الذي تحدث عن سيرة "لورنس العرب".

جبال الشراة:

تتمركز جبال الشراة في الجزء الشمالي من الإقليم "المثلّث الذهبي"، وتعد الغابات المنتشرة بالقرب من مدينة الشوبك (١٥ كم من مدينة البتراء) بيئة حيوية للنباتات والحيوانات والطيور البرية المقيمة والمهاجرة، وتتميز بمناخها الصيفي اللطيف، وهو ما يجذب الكثير من المصطافين لقضاء بعض الوقت هناك، كما وأقيمت مخيمات ومعسكرات شبابية تنشط في كل صيف تحت رعاية وزارتي الشباب والتربية والتعليم.

هضاب البتراء والبيضاء:

تشكل سلسلة الهضاب المكونة من الصخور الجرانيتية تحفة بيئية غاية في الجمال والإبداع، وتظهر ألوانها المتفاوتة بين الوردي والأحمر، والأحمر الداكن مكوناً أساسياً يعزز تفردها على مثيلاتها في الطبيعة، وتترامى هذه الهضاب عند أقدام جبال الشراة إلى الأسفل من قريتي الطيبة والراجف حيث تسمّى الهضاب عند أهلها "بالبطحاء"، وتمتد نحو مدينة البتراء لتحتضن آثارها العظيمة حتى

---

[1] هاردنج، لانكستر (Lankester Harding) : آثار الأردن، دار لندن للنشر، لندن ط١، (١٩٦٥) ١٤٤ص.

تصل البيضا، وهي تمثل استمراراً للهضاب الممتدة عبر وادي عربة وصولاً لوادي رم.

ورغم أهميتها الطبيعية لإقامة المخيمات الشبابية، وتعزيز السياحة البيئية، إلا أن المرافق المخصصة لذلك تعد ضعيفة إلى حدٍّ كبير.

آثار المثلّث الذهبي

أولاً: البتراء

السيق:



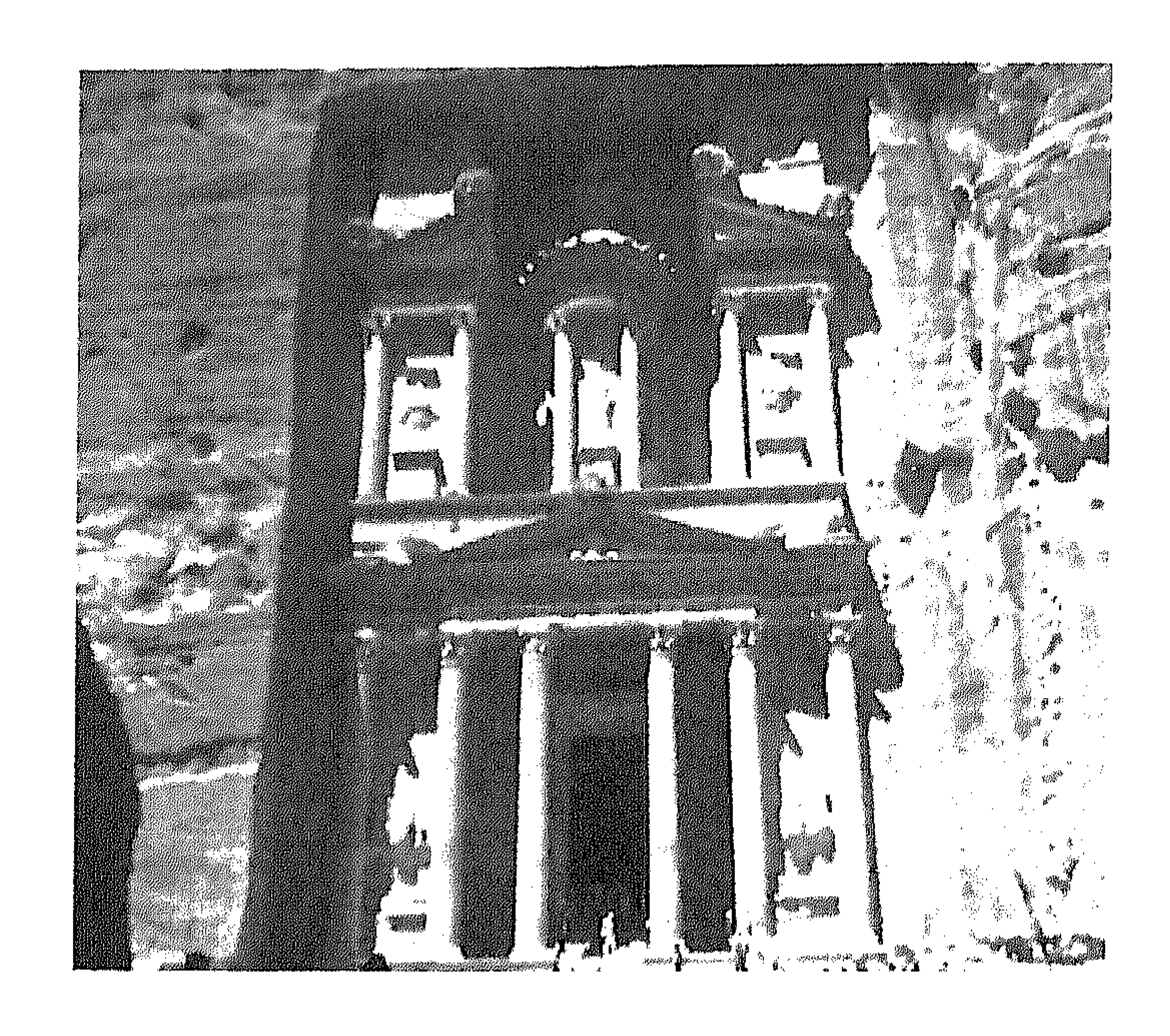
وهو شق ضيق يخترق الجبال الصخرية الشاهقة بطول ١٢٠٠ متراً تقريباً وعرض يتراوح بين ٣ – ٦ أمتار وبارتفاع يتراوح ما بين ٦٠ – ٨٠ متراً[١]، ولا يملك المار فيه إلا أن يعلّق بصره إلى أعلى ليحاول فك أسرار الجمالية في اعوجاج هذا الممر.

وقد كان السيق مرصوفاً بالحجارة الصخرية بوصفها المدخل الرسمي لعاصمة الأنباط، ولا زال هناك أجزاء باقية من حجارته المرصوفة إلى الآن. وبينما يواصل المرء المسير، سيلحظ الكثير مما ترك الأنباط من فنون بدءاً من قنوات المياه الملاصقة للسيق، وقوس النصر الماثلة بقاياه في الأعلى (القوس تهدمت عام ١٩١٨)، وانتهاءً ببعض المنحوتات كقافلة الجمال التي تعكس نشاطهم التجاري.

---

(١) سماوي، حابس: مرجع سابق ص ٣٦

الخزنة:



بينما يخالط وقع أقدام الزائر الصدى المنبعث من أرواح الأنباط الباقية في أعالي السيق معانقة للمجد، وإذ ما يزال المرء معلق البصر بهذا الشق وسحره، يخطف المشهد منه شعاع شمس اخترق السيق عنوة ليكشف عن الحلم "الخزنة".

لا يملك الإنسان إلا الصمت والإذعان للحظات الذهول والدهشة عند رؤيته للخزنة تطل عليه من السيق وقد أكسبها ضوء الشمس رونقاً يأخذ بالألباب، ويجمع الكثير من عشاق البتراء أن أفضل أوقات الزيارة للبتراء هي من شروق الشمس حتى الحادية عشرة صباحاً لإدراك مدى التناسق والتنوع اللوني لصخور البتراء الوردية بالتناغم مع ضوء الشمس.

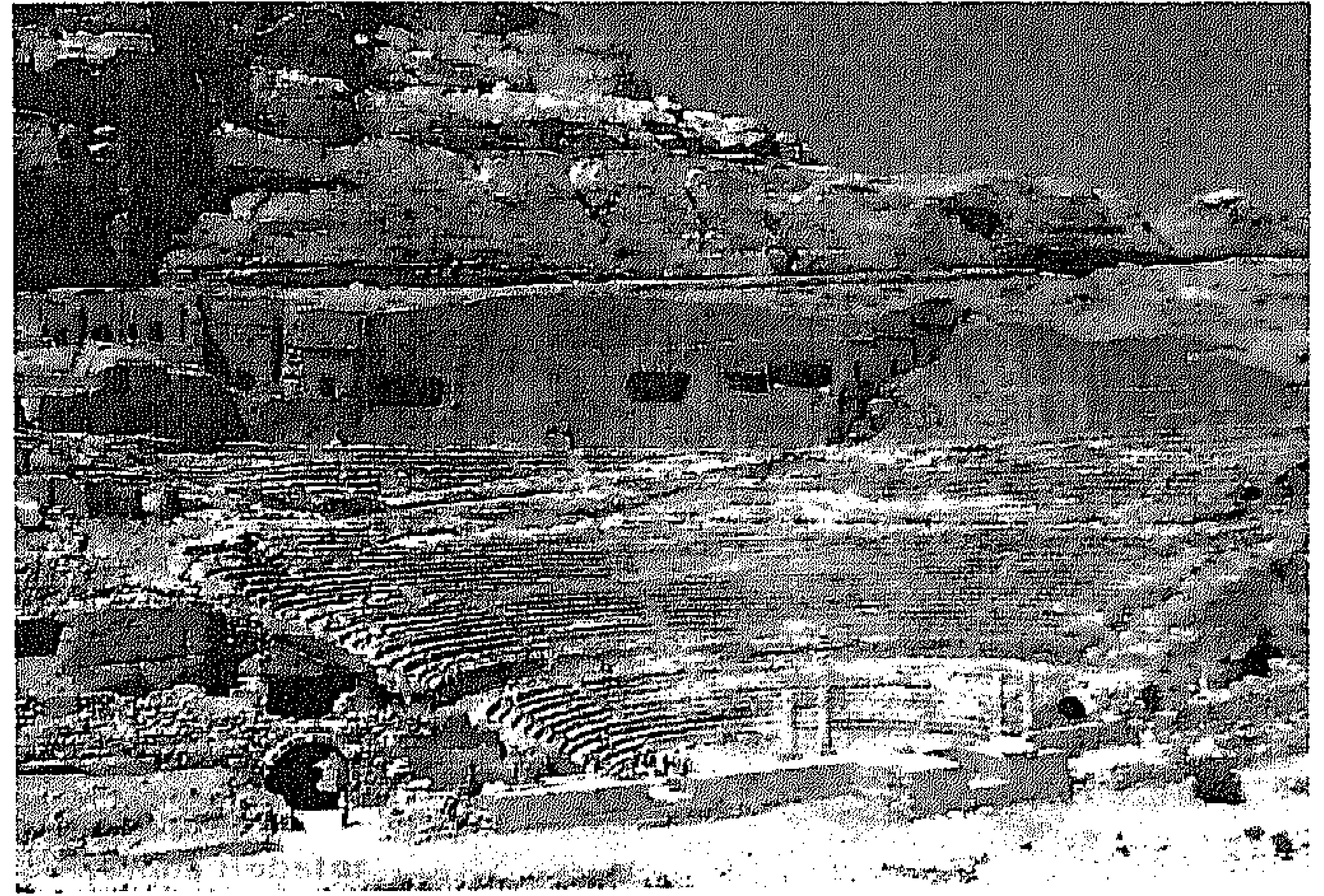
ويرى الكثير من الباحثين أن الخزنة كانت معبداً للأنباط، وقد نقشت في الصخر من طابقين: الطابق العلوي عبارة عن كرنيش (Pediment) على الجانبين ويحتوي كشك مستدير في الوسط (Kiosk)، وفوق الكرنيش توجد جرّة كبيرة.

وأما الطابق الأول من الخزنة فيحتوي على غرفة كبيرة في الوسط وغرفتين صغيرتين على الجانب الأيمن والأيسر، وتغلب الأهمية للشكل الخارجي من أعمدة وتيجان على المحتويات الداخلية له[(١)].

هذا وتعد الخزنة أهم المعالم النبطية على الإطلاق وقد أصبح شكلها رمزاً للحضارة النبطية العربية ودالة على تاريخهم العريق وسمو فكرهم وذوقهم الفني.

المدرّج:

وهو مدرج تم نحته في الصخر ويتسع لحوالي ٣٠٠٠ متفرّج، ويوجد في الخلف جدار مرتفع يصل ارتفاعه إلى ١٥ متراً لضمان جودة الصوت على المسرح، كما ويوجد في الأعلى قناة لتصريف المياه حتى لا تتسرب للمقاعد[(٢)].



---

(١) هاردنج، لانكستر: مرجع سابق ص ١٢٦.

(٢) المحيسن، زيدون: البتراء مدينة العرب الخالدة، سلسلة التثقيف الشبابي، وزارة الشباب، عمان، ط١، (١٩٩٦)، ص ١٥٤.

المذبح:

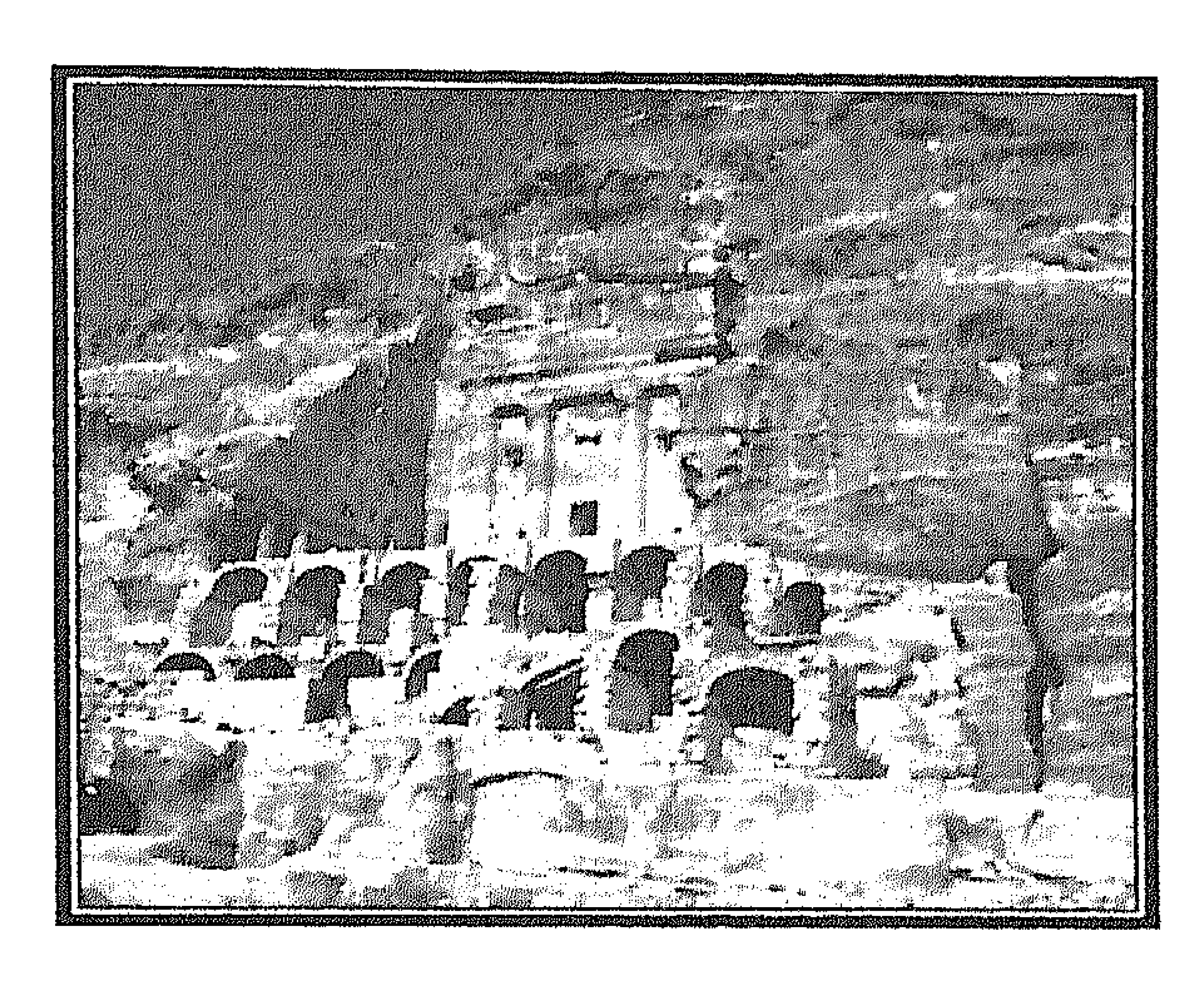


هو عبارة عن مكان كان مخصصاً لذبح الأضاحي ويقع على قمة جبل على ارتفاع ١٠٣٧ متراً فوق سطح البحر، ويعتبر الوصول إلى المذبح أمراً شاقاً، إذ يتطلب الصعود عبر ممرات وأدراج جبلية مرتفعة. ويوجد في المذبح حوض مستدير متصل بقناة ربما كانت تستخدم لتصريف دماء الأضاحي، وبالقرب من قمة المذبح توجد مسلتان، يبلغ ارتفاع كل منهما سبعة أمتار ويعتقد البعض بأنهما يرمزان للآلهة النبطية[١].

---

[١] الطائي، منى أحمد: المعالم الأثرية في المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة، عمان، ط١، (٢٠٠٤) ص١٤٠.

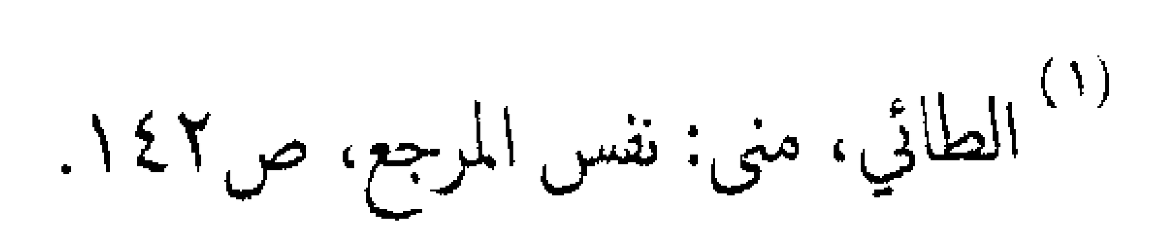
ضريح الجرّة (المحكمة):



ويعد هذا الضريح من أضخم آثار البتراء حجماً، ويضم ساحة واسعة وغرفة رئيسية كبيرة وثلاث غرف صغيرة تقع فوق المدخل، وقد استخدمت في فترات لاحقة (خلال الحكم الروماني) ككنيسة[1].

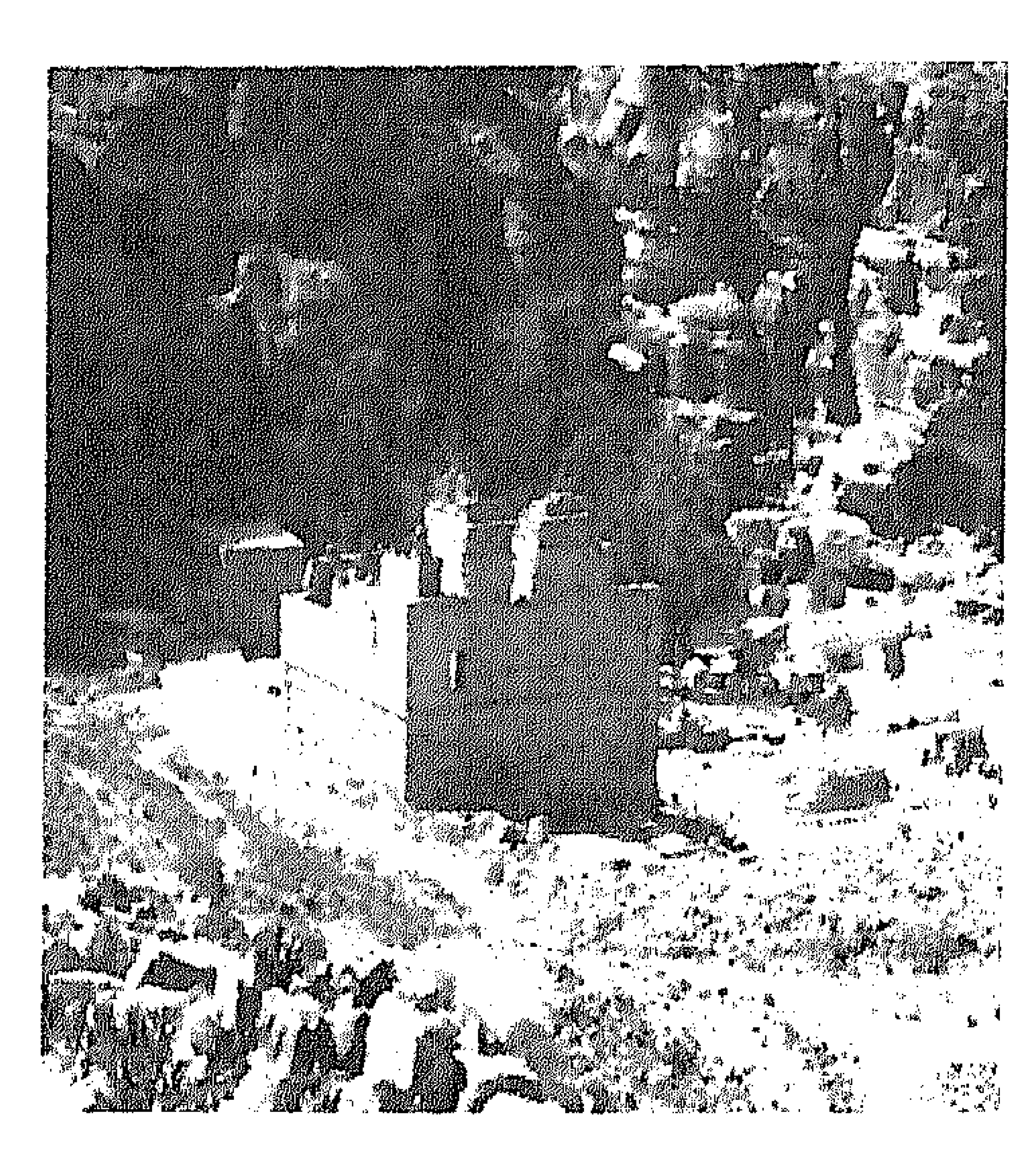
شارع الأعمدة:

ويقع هذا الشارع في وسط مدينة البتراء، وهو محاط بالأعمدة ذات التيجان الكورنثية، وقد أصاب التلف الكثير من هذه الأعمدة خلال الفترات والحقب الزمنية الماضية، وينتهي هذا الشارع ببوابة من ثلاث فتحات يعلوها قوس النصر.



[1] الطائي، منى: نفس المرجع، ص١٤٢.

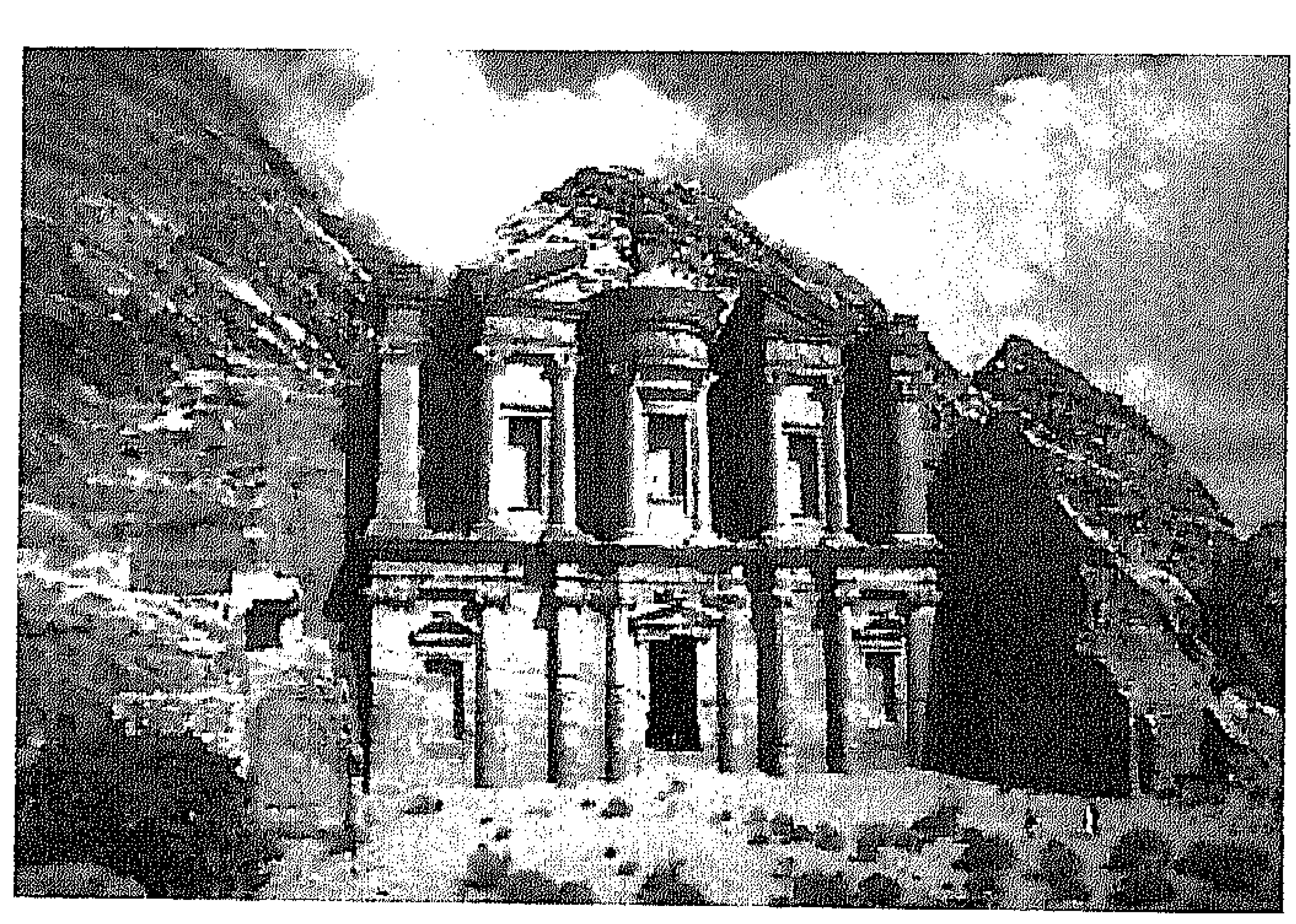
قصر البنت:



ويسمّى أيضاً قصر بنت فرعون، وهو الوحيد الذي شيد بناءً على عكس باقي آثار البتراء المنحوتة، وهو مبني على الطريقة البيزنطية وكان يحتوي على الكثير من أشكال الزينة ذات الأسلوب اليوناني.

الدير:

وهو أضخم آثار البتراء على الإطلاق، ويشبه في طريقة تصميمه ذات الشكل الذي نحتت به الخزنة، ويبلغ طول واجهة الدير ١٤٧ قدماً وعلوها ١٣٨ قدماً، ويوجد بداخله غرفة كبيرة، ويعتقد الكثير من الباحثين أنه استخدم معبداً للأنباط.



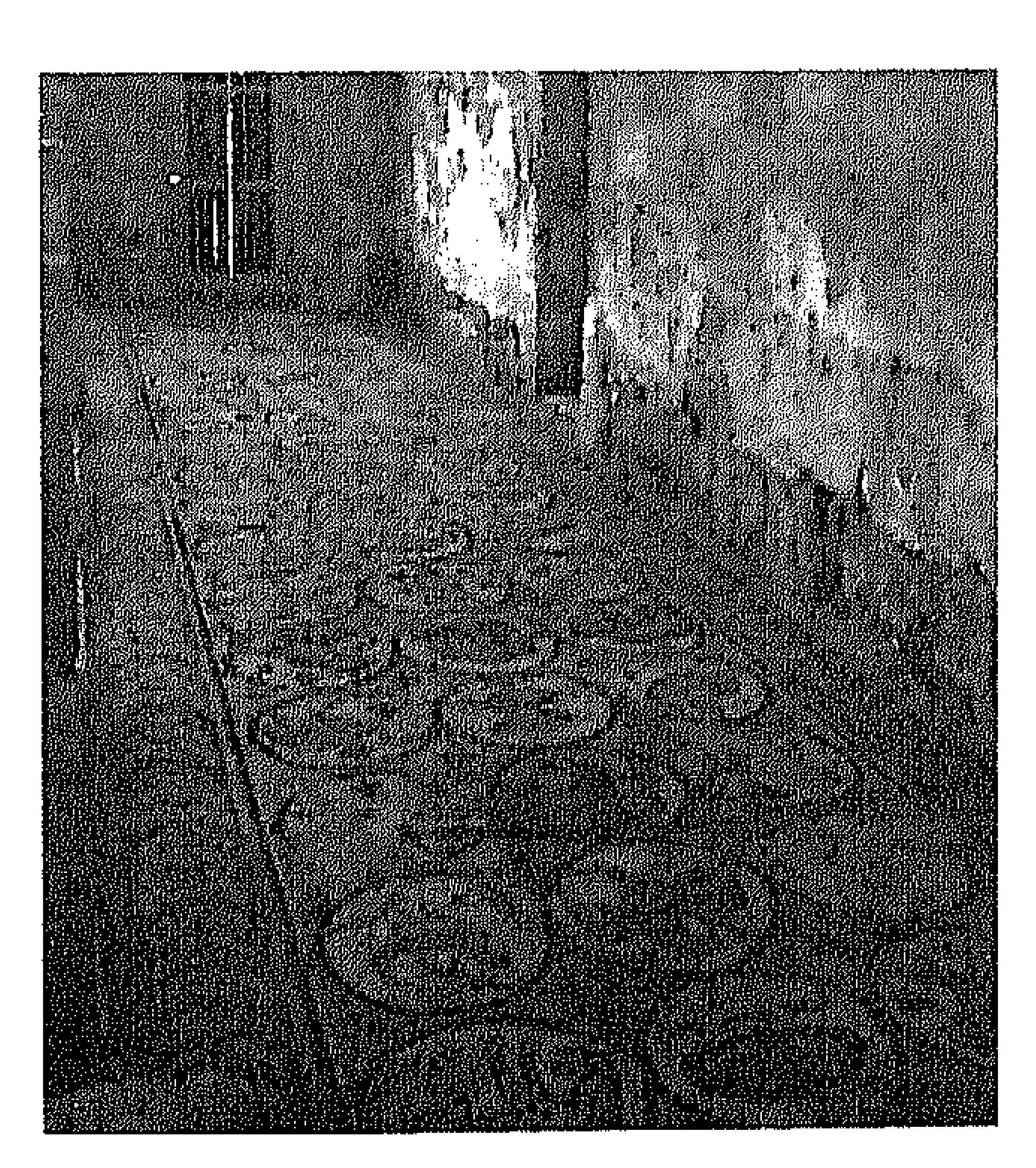
ويعد الوصول للدير أمراً متعباً لكن الرحلة شيقة، يقطع خلالها الزائر أكثر من ٨٠٠ درجة مقطوعة من الصخر ليصل في النهاية إلى هذا المعلم العظيم الذي استخدم في الحقبة البيزنطية كدير[١] .

معبد البتراء الكبير:

يعتبر معبد البتراء الكبير (المعبد الجنوبي) من الآثار المكتشفة حديثا إذ بدأت التنقيبات مطلع التسعينات بالتعاون مع جامعة براون الأمريكية. وهو معبد تبلغ مساحته ٧٠٠٠ مترا مربعا، و يبلغ طوله ٤٠ مترا و عرضه حوالي ٢٨ مترا. ويتكون من مدخل رئيسي و ساحة منخفضة إضافة إلى بنائين توأمين على شكل دائري يحيط بجانبيها سلالم عريضة، وفي الأعلى ساحة مرتفعة تعتبر المعبد المخصص للكهنة .

وتتواجد بمحاذاة الساحة سلسلة من الأعمدة، فيما تغطي الأرضية البلاط الجيري الضخم بأشكال سداسية يمر تحتها سلسلة من القنوات التي تعكس النظام المائي الدقيق في تصريف المياه لدى العرب الأنباط.

الكنيسة:



هي كنيسة بيزنطية ضمن مبنى طوله ٢٦ متراً وعرضه ١٥ متراً، وهي تحتوي على ثلاثة محاريب و ثلاثة مداخل في الجدار الغربي، و يعود تاريخ بنائها إلى القرن الخامس الميلادي، وقد دمر بعض أجزائها في القرن السادس الميلادي،

---

[١] العابدي، محمود: البتراء، مكتبة الطاهر، عمان، ط١، (١٩٥٦) ص٩٤.

واستعملت في بنائها حجارة من الأبنية المتواجدة في البتراء.

تميز الكنيسة بأرضياتها المزخرفة التي تحتوي على رسومات لطيور وأشخاص وحيوانات والتي أستعمل فيها أحيانا المكعبات المذهبة، ويتواجد فيها بقايا لأعمدة رخامية وبعض التجهيزات الخاصة بالأبواب المعدنية[1].

سيق البيضا:

وهي إلى الشمال من البتراء وعلى مسافة ٥ كم وتسمى بالبتراء الصغيرة، وقد تم فيها اكتشاف أحد أقدم مواقع الاستيطان البشري في الأردن والذي يعود إلى ٦٥٠٠ قبل الميلاد (العصر الحجري)، ويوجد فيها الكثير من المعالم المنحوتة التي تحاكي تلك الموجودة في مدينة البتراء.

قلعة الوعيرة:

وهي قلعة تعود للعهد الصليبي في الفترة من ١١٠٨ – ١١١٦ ميلادية، وتقع إلى الشمال الشرقي من البتراء.

ثانياً: العقبة ووادي رم

قلعة العقبة:

ويختلف الكثيرون في تاريخ إنشائها، لكن الواضح أنه قد عظم شأنها في عهد السلطان قانصوه الغوري سنة ١٥٠٨ الذي جعل منها حامية رئيسية للقوافل التجارية وطرق الحجيج، وهي قلعة مربعة الشكل ذات أربعة أبراج، وقد تم الاهتمام بهذه القلعة في العهد العثماني.

---

(١) دائرة الآثار العامة: تقارير غير منشورة

ولعل التحول الأبرز لتاريخ هذه القلعة هو جعلها مقراً للثورة العربية الكبرى التي قادها الشريف حسين بن علي وانطلقت عام ١٩١٦ من مكة[١].

الحميمة:

تعتبر هذه القرية الواقعة في شمال مدينة العقبة ذات أهمية خاصة في التاريخ الإسلامي فلقد انطلقت منها الدولة العباسية التي حكمت العالم الإسلامي لعدة قرون، واتخذت من بغداد مقراً للخلافة. والحميمة تقع على بعد ٤٠ كلم جنوب مدينة البتراء و٥٠ كلم شمال مدينة العقبة، وقد كانت الحميمة موقعاً نبطياً، ثم مستوطنة رومانية، حيث توجد الكثير من الآثار الماثلة حتى الآن.

الآثار النبطية في رم:

توجد في منطقة رم الكثير من بقايا الحضارة النبطية، كالمعبد النبطي الذي يتواجد بالقرب من جبل رم، والمواقع التي استخدمت كنقاط مراقبة للقوافل التجارية لحمايتها من الاعتداءات، وكثيراً ما تشاهد الكتابات والنقوش النبطية على الصخور المتواجدة هناك[٢]، كما هو الحال في عين الشلالة ووادي رابغ حيث تتواجد النقوش وأنصاب الآلهة النبطية.

---

[١] التل، صفوان: الآثار العربية والإسلامية في الأردن، وزارة الشباب، عمان، ط١، (١٩٨٨)، ص٧٤.

[٢] سماوي، حابس: السياحة والاستجمام، مرجع سابق، ص٤٠.

التقسيمات الإدارية للمثلث الذهبي (العصر الحديث):

١. البتراء:

تتبع منطقة البتراء إدارياً لمحافظة معان إلى جانبي لواء الشوبك وقصبة معان، وقد قامت الحكومة الأردنية بإنشاء إقليم البتراء عام ١٩٩٥ كهيئة تنظيمية ترتبط مباشرة برئاسة مجلس الوزراء، يناط بها كافة الشؤون الخاصة بالبتراء.

وتبلغ مساحة الإقليم ٩٠٠ كم٢ ويتكون من ست مناطق رئيسية هي:

١- وادي موسى.
٢- الطيبة.
٣- الراجف.
٤- أم صيحون.
٥- دلاغة.
٦- البيضا.

وقد ألغيت المجالس البلدية الموجودة في منطقة الإقليم، وجرى تحويل كافة مهامها إلى سلطة الإقليم والتي تشمل تطوير البنية التحتية من طرق ومواصلات وصرف صحي ومياه للشرب وغيرها.

٢. العقبة ووادي رم:

تتبع منطقتي العقبة ووادي رم إلى محافظة العقبة، وقد أنشئت في مدينة العقبة عام ٢٠٠١ منطقة اقتصادية خاصة كمنطقة حرة، ألغيت على إثرها بلدية العقبة، وأصبحت سلطة مفوضية العقبة مسؤولة إدارياً وتنظيمياً عن العقبة، وتعنى

سلطة العقبة الاقتصادية الخاصة بالجوانب السياحيّة والبيئية الخاصة بوادي رم من خلال مظلة محمية وادي رم.

وقد أقرت سلطة العقبة الاقتصادية نظاماً يسمّى بنظام تنمية منطقة وادي رم بموجب المادتين (١١) و (٥٦) من قانون منطقة العقبة الاقتصادية رقم (٣٢) لسنة ٢٠٠٠.

وقد نصت المادة (٣) من هذا النظام على أن تتولى السلطة تطوير منطقة رم في جميع المجالات والعمل على تنشيط السياحة وتقديم الخدمات ، وعلى أن يكون واجب الحفاظ على الأحياء البرية وتوطين تلك المهددة بالانقراض كالمها العربي والبدن واقعاً على عاتق سلطة العقبة.

ويتضمن ذلك أيضاً الحفاظ على البيئة ومنع مصادر التلوث من جهة، وحماية الأماكن الأثرية المتواجدة في منطقة رم من جهة أخرى[1].

---

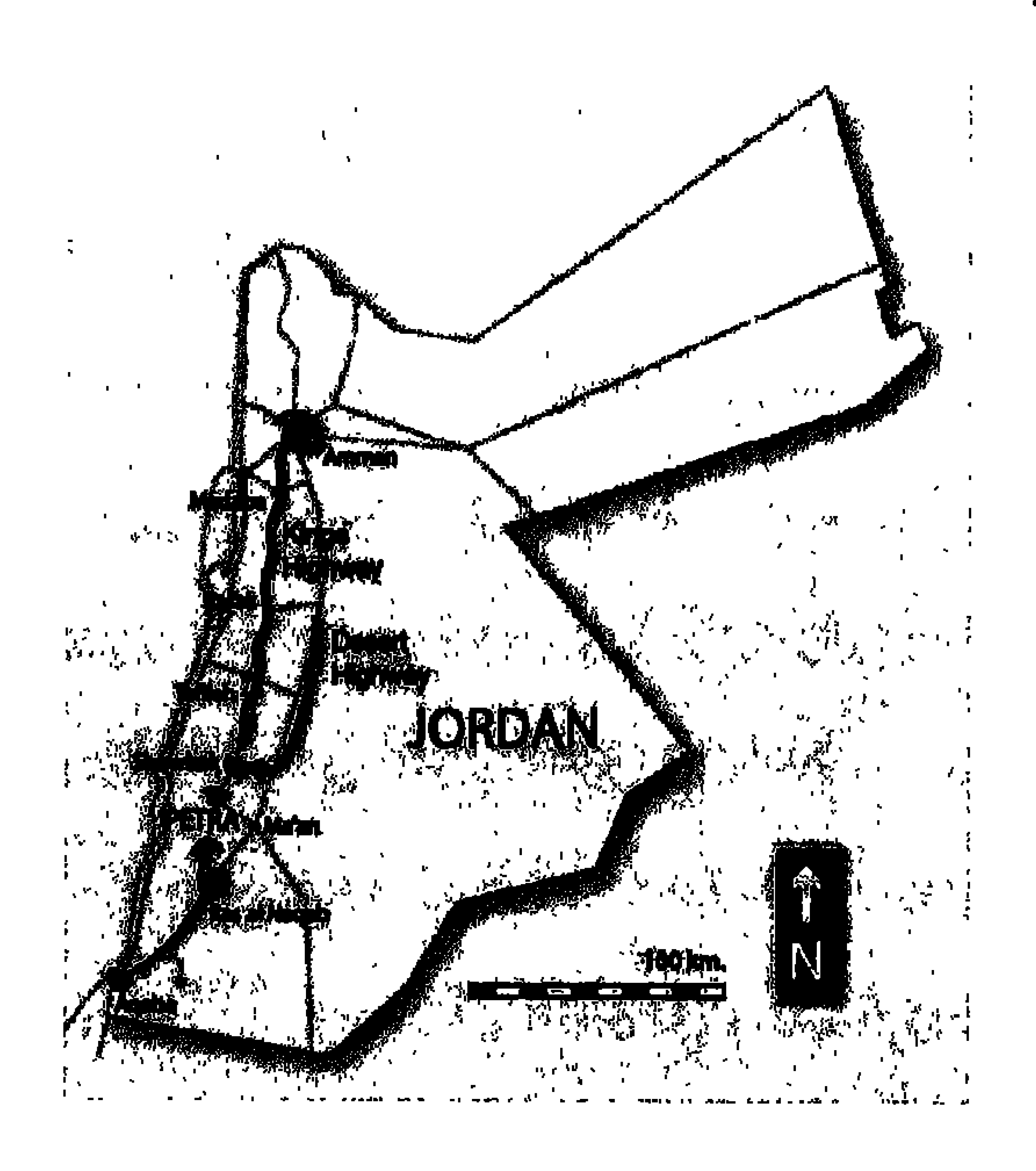
[1] الجريدة الرسمية الأردنية، عدد ٤٤٧٧، سنة ٢٠٠١

الجزء الثاني

قطاع النقل:

يعتبر قطاع النقل من أبرز القطاعات المؤثرة في العملية السياحيّة، ولدوره في إنعاش مختلف القطاعات التنموية الأخرى في الإقليم من تجارة وصناعة وزراعة وغيرها، وينقسم قطاع النقل المتواجد في المثلّث الذهبي إلى ثلاثة أقسام:

١. النقل البري:



يتواجد في المناطق السياحيّة الثلاثة (البتراء، وادي رم والعقبة) شبكة خطوط داخلية وخارجية تربط بين مختلف مدن وقرى الإقليم من جهة، وتربط الإقليم بخارجه من جهة أخرى، وتعمل على هذه الخطوط مجموعة من الحافلات الكبيرة والمتوسطة والسيارات الصغيرة.

وتصل أطوال الطرق السريعة في الأردن حوالي ٨٫٠٠٠ كم تربط منطقة الإقليم بكافة المدن الأردنية، بالإضافة إلى الدول المجاورة، ويعد الطريق الصحراوي الذي يصل العاصمة عمان في الشمال بمدينة العقبة جنوباً مروراً بمحافظة معان وبسعة أربعة مسارب الطريق الرئيسي الأول في الأردن من حيث كثافة النقل، كما ويرتبط المثلّث الذهبي بطريق آخر سريع هو الطريق الملوكي والذي يربط عمان بالبتراء والعقبة من خلال المرور بالمناطق الغربية المحاذية للبحر الميت على الحدود مع فلسطين المحتلة[١].

ويعد وقوع منطقة المثلّث الذهبي على تماس مع الحدود الفلسطينية والسعودية، وبحرياً مع مصر عامل تنشيط إضافي لحركة تنقل الركاب وعبورهم.

وإذا بحثنا بشكل تفصيلي عن أطوال الطرق وجدنا أنه توجد في محافظة العقبة ما يقرب من ٤٤ كم طرق قروية، و ٧٧ كم طرق ثانوية، و ٣٠٨ طرق رئيسية، أي ما مجموعه ٤٢٩ كم وبنسبة ٥,٩٪ من أطوال الطرق في المملكة، فيما تصل أطوال الطرق في محافظة معان التي تضم مدينة البتراء وجبال الشراة ٨٢ كم طرق قروية، و ٢٤٦ طرق ثانوية، و ٥٦١ طرق رئيسية وبمجموع يصل إلى ٨٨٩، وبنسبة ١٢,٢٪ من أطوال الطرق في المملكة[٢].

أما عدد المركبات المرخصة في محافظة معان فيصل عددها الإجمالي إلى ٧٠٧٥ موزعة بين ٦٢٤٠ وسيلة نقل خصوصي و ٨٣٥ وسيلة نقل عمومي، أما المركبات المرخصة في محافظة العقبة فيصل عددها إلى ٥١٩٥ مركبة موزعة ما بين ٣٩٤٥ وسيلة نقل خصوصي و ١٢٥٠ وسيلة نقل عمومي[٣].

---

[١] دليل الأعمال، نشرة عن منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، ط١، (٢٠٠٥)، ص١٨.

[٢] دائرة الإحصاءات العامة: إحصاءات النقل والتخزين والاتصالات، عمان، (٢٠٠٢) ص ٤٩.

[٣] المصدر: دائرة الترخيص

هذا ويتواجد في محافظة معان ٨ مكاتب لسيارات الأجرة الصغيرة وبعدد سيارات إجمالي يصل إلى 200 ، فيما يتواجد في محافظة العقبة ١٥ مكتباً لسيارات الأجرة تحوي٥٣٢ سيارة.

ويصل عدد مكاتب تأجير السيارات السياحيّة في المملكة ٣٤٦، فيما يبلغ عدد الباصات المتخصصة في النقل السياحي ٣٤٦ وهي تمارس نشاطها في المملكة بما في ذلك الإقليم الذهبي[١] تحت غطاء ثلاث شركات سياحية أساسية هي (جت، الفا، بترا) وتعمل هذه الشركات على تسيير رحلات منتظمة تربط مناطق الإقليم الذهبي (البتراء والعقبة خصوصاً) بالعاصمة عمان، بالإضافة إلى الرحلات غير المنتظمة وذلك بناءً على حركة الطلب السياحي للأفواج السياحيّة العارضة.

وأما السكك الحديدية فإن دورها في النقل أصبح يقتصر على نقل الفوسفات إلى ميناء العقبة ومن ثم تصديره من خلال السفن، حيث تقوم على إدارة هذا الخط مؤسسة سكة حديد العقبة.

والجدير بالذكر أنه يمر في المثلّث الذهبي الخط الحديدي الحجازي الذي يربط سوريا بالمدينة المنورة مروراً بالأراضي الأردنية من شمالها إلى جنوبها، وقد أنشأته الدولة العثمانية في عام (١٩٠١) للتواصل مع حاميتها العسكرية في الجزيرة العربية من جهة ونقل الحجاج والبضائع من جهة أخرى، ويعتبر العمل على هذا الخط شبه موقف برغم بعض المحاولات الخجولة لتشغيله بين دمشق وعمان. وتعد الحالة الفنية لهذا الخط سيئة بسبب عدم التحديث والصيانة له[٢].

---

[١] المصدر: وزارة السياحة (الموقع الالكتروني www.mota.gov.jo)

[٢] وزارة النقل: قطاع النقل في الأردن، مديرية الأبحاث والدراسات، عمان، ط١، (١٩٩٨) ص١٦.

٢. النقل الجوي:

يتوافر في الأردن ثلاثة مطارات رئيسية اثنان منها يتواجدان في العاصمة عمان هما مطار الملكة علياء الدولي ومطار عمان المدني (ماركا)، وأما الثالث فهو مطار الحسين الدولي، ويقع في مدينة العقبة، وتقوم على إدارة المطارات الثلاث سلطة الطيران المدني.

ويقوم كل من مطار الملكة علياء الدولي ومطار الحسين الدولي بدور أساسي في ربط المثلّث الذهبي بالإقليم الخارجي.

مطار الملكة علياء الدولي:

وقد تم افتتاحه في عام ١٩٨٣ كبديل لمطار عمان المدني، ويقع جنوب مدينة عمان على بعد ٣٠كم، وقد تم تحويل غالبية خطوط الملاحة الجوية إليه بالإضافة إلى حركة الشحن التجاري للبضائع. وقد ساهم مطار الملكة علياء الدولي بدور أساسي في تنشيط حركة النقل السياحي المتدفقة إلى المملكة (وبالتالي إلى المثلّث الذهبي).

وقد صمم المطار ليستوعب ما يصل إلى ثلاثة ملايين مسافر سنوياً، وأكثر من ثلاثين ألف حركة سنوياً، وهو مجهز لاستقبال مختلف أنواع الطائرات.

مطار العقبة الدولي (مطار الحسين الدولي):

تم افتتاحه عام ١٩٧٣، ويستطيع استقبال جميع أنواع الطائرات، وبطاقة استيعابية تصل إلى ٢٥٠ ألف مسافر وحوالي ١٥٠٠٠ حركة جوية سنوياً. وبدءاً من عام ٢٠٠٣ أخذ مطار الحسين الدولي يعمل تحت سياسة الأجواء

المفتوحة مما أتاح المجال لمرونة أكثر في قطاع النقل الجوي الذي يخدم السياحة والاقتصاد في منطقة المثلّث الذهبي[1].

مهابط الطائرات العمودية:

حيث يتواجد مجموعة من مهابط الطائرات العمودية في البتراء والعقبة ووادي رم وتستخدم للأغراض العارضة، كنقل الوفود الرسمية القادمة لزيارة المثلّث الذهبي.

ويشار في هذا الصدد إلى أنه يتم تنظيم رياضة الطيران الشراعي في الإقليم، حيث تتواجد الأماكن الملائمة لهذا النوع من الرياضات.

حركة مطار الملكة عليا ء الدولي خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠٠٢)

السنة	حركة الطائرات			حركة المسافرين		
	القادمة	المغادرة	المجموع	القادمين	المغادرين	المجموع
١٩٩٨	١١٩٥١	١١٨٤٠	٢٣٧٩١	٩٩٩١٢١	١٠٣١٩٤٨	٢٠٣١٠٦٩
١٩٩٩	١٢٦٥٧	١٢٤٤٧	٢٥١٠٤	١١٢٥١٤٨	١١٠٨٨٠٧	٢٢٣٣٩٥٥
٢٠٠٠	١٣٤٥٢	١٣٣٤٧	٢٦٧٩٩	١١٨٣٩٨٤	١٢٠٠٨٧٦	٢٣٨٤٨٦٠
٢٠٠١	١٣٢٥١	١٣٢٢١	٢٦٤٧٢	١١٠٢٠٥٥	١١٢٩٧٥١	٢٢٣١٨٠٦
٢٠٠٢	١٢٦٣٣	١٢٦١٨	٢٥٢٥١	١١٦٨٨٣٠	١١٦٥٩٤٩	٢٣٣٤٧٧٩

المصدر: سلطة الطيران المدني.

---

[1] العقبة الاقتصادية الخاصة: نشرة ترويجية خاصة، سلطة العقبة الاقتصادية.

حركة مطار عمان المدني خلال الفترة (١٩٩٨ – ٢٠٠٢)

السنة	حركة الطائرات			حركة المسافرين (راكب)		
	القادمة	المغادرة	المجموع	القادمين	المغادرين	المجموع
١٩٩٨	٢٢٢٢	٢٢١١	٤٤٣٣	٢٤٤٧٧	٢٥٩٦٨	٥٠٤٤٥
١٩٩٩	٢٢٥٠	٢٢٥٢	٤٥٠٢	٢٩٣٦٢	٣٥٨٧٢	٦٥٢٣٤
٢٠٠٠	١٩٢٣	١٩١٢	٣٨٣٥	٣٤٥٩٩	٢٧٣٦٧	٥١٩٦٦
٢٠٠١	١٦٥٦	١٦٥١	٣٣٠٧	٢٠٤٦١	٢٢٠٩٩	٤٢٥٦٠
٢٠٠٢	٢٠١٩	٢٠١٩	٤٠٣٨	٢٨١٢٢	٣٠٤٥٧	٥٨٥٧٩

المصدر سلطة الطيران المدني.

حركة مطار العقبة الدولي خلال الفترة (١٩٩٨ – ٢٠٠٢)

السنة	حركة الطائرات			حركة المسافرين (راكب)		
	القادمة	المغادرة	المجموع	القادمين	المغادرين	المجموع
١٩٩٨	١٧١٣	١٧١٦	٣٤٢٩	٣٤٦١٤	٥٢٩٠٠	٨٧٥١٤
١٩٩٩	١٩٣٤	١٩٣٨	٣٨٦٢	٤٠٧٩١	٦٧١٥٦	١٠٧٩٤٧
٢٠٠٠	١٧٧١	١٧٧٦	٣٥٤٧	٥١٦١٠	٧٤٧٠٦	١٢٦٣١٦
٢٠٠١	٩٥٧	٩٥٥	١٩١٢	٢١٦٦٣	٣٦٨٦٥	٥٨٥٢٨
٢٠٠٢	١٢١٥	١٢٢٧	٢٤٤٢	٢١٦٧٩	٢٦٥٧٩	٤٨٢٥٨

المصدر سلطة الطيران المدني.

* الملكية الأردنية:

تأسست الملكية الأردنية في عام ١٩٥٠، ويعمل أسطولها ضمن شبكة واسعة تغطي أهم المحطات العالمية الرئيسية وبمعدل ١٥٣ رحلة منتظمة أسبوعياً وقد تطور عدد المسافرين على متن رحلات الملكية المنتظمة ليصل في عام ٢٠٠٢ إلى ١,٢٩٩,٦٩٩ مسافر.

وقد ساهمت الملكية الأردنية بشكل بارز في السياحة الأردنية إذ قامت بنقل ٤٦٠,٠٠٠ سائحاً أي ما نسبته ٣٤٪ من مجموع السياح وذلك في العام ١٩٩٧[(١)].

* الأجنحة الملكية:

وتهدف إلى تطوير النقل الجوي الداخلي والإقليمي لتلبية الأغراض التي تحتاجها السياحة، وتعمل على ترويج البرامج التي تحقق هذه الغاية، حيث تقوم بتسيير رحلات منتظمة من مطار الملكة علياء الدولي إلى مطار الحسين الدولي في العقبة.

* الأردنية للطيران:

وهي شركة خاصة للطيران تم تأسيسها في السنوات الأخيرة، وتبني إستراتيجيتها على أساس تفعيل خدمة النقل الجوي الداخلي والإقليمي وبأسعار رخيصة مقارنة مع الطيران المنافس وقد سيرت رحلات إلى المدن السورية والمصرية والخليج العربي، ويعتبر مطار العقبة منطلقاً رئيسياً لرحلاتها.

٣. النقل البحري:

يتواجد في الأردن ميناء وحيد، هو ميناء العقبة، ويستخدم لاستيراد البضائع المختلفة، وتصدير البضائع الأردنية وبخاصة البوتاس والفوسفات والأسمدة،

---

(١) قطاع النقل في الأردن: مرجع سابق، ص ٥١.

ويعتبر هذا الميناء رافداً أساسياً للنقل لبعض الدول المجاورة وبخاصة العراق، حيث يستورد العراق الكثير من احتياجاته عبر هذا الميناء[1].

وتقوم على إدارة هذا الميناء مؤسسة الموانئ الأردنية التي أنشئت عام ١٩٥٢، وقد أصبحت هذه المؤسسة تحت الإدارة والمتابعة من قبل شركة تطوير العقبة التي أنشئت في عام (٢٠٠٤) ضمن منظومة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة.

هذا وقد استقبل ميناء العقبة ما يزيد عن ٣٠٧٠٠ مسافر خلال العام ٢٠٠٢م وكان معظمهم من جنسيات غير عربية جاءوا على متن رحلات سياحية بحرية.

شركة الجسر العربي للملاحة البحرية:

تأسست شركة الجسر العربي في عام ١٩٨٥ بتعاون بين حكومات الأردن ومصر والعراق، وتعمل على نقل البضائع والركاب عبر خط العقبة – نويبع، وقد قامت بنقل حوالي ٨٣٠٠٠٠ راكب خلال عام ٢٠٠٤، وتجاوز إجمالي عدد الركاب المنقولين على متن أسطولها منذ التأسيس ١٥ مليون مسافر وقرابة المليون شاحنة وسيارة[2].

وتمتلك الشركة بالإضافة إلى العبارات الكبيرة، قوارب سريعة تقطع المسافة ما بين العقبة ونويبع بمدة زمنية لا تتجاوز الساعة وهو ما ساهم في تنشيط حركة القادمين لأغراض السياحة أو العمل في الأردن.

---

[1] المركز الجغرافي الملكي: الأردن: صور وخرائط، المركز الجغرافي، عمان، ط٢، (٢٠٠٥)، ص ٤٠.

[2] الموقع الالكتروني لوزارة النقل www.mot.gov.jo.

أعداد القادمين والمغادرين عبر مراكز الحدود وحسب وسيلة السفر خلال الفترة (٢٠٠٠ – ٢٠٠٢)

وسيلة السفر	مركز الحدود	القادمون			المغادرون		
		٢٠٠٠	٢٠٠١	٢٠٠٢	٢٠٠٠	٢٠٠١	٢٠٠٢
برية	الرمثا	٤٩٥٨١٢	٤٢٥٥١٣	٣٩٧٣٢١	٤٤٣٣٢٨	٤٧١٧٣٢	٤٧٠٠٨٥
	العمري	٧٤٧٨٥١	٩٣٥٤٥٠	١١٢٢٧٧٩	٥٦٠٥٨٣	٧٣٧٩٠٠	١٠٤٧٩٥٨
	الكرامة	٥٧٥٧٠٨	٦٦٣٠٥٧	٦٢٥٤٥١	٥٤٣٠٠٩	٦٠٩٣٥٥	٦٢٠٤١٧
	المدورة	٣٣٨٨١١	٣٨٣٩١٠	٣٨٣٣٤١	٢٢٥١٢٢	٢٤٧٦٤٤	٣٣٧٢٩٤
	معبر وادي عربة	٩٠٠٧٨	٢٦١١٥	١٨٥٠٦	٩٣٠٠٦	٢٨٨٥٦	١٨٠٥٨
	القطار	٢٤٤٥	٢٤١١	١٩٤٩	٢٥١٠	٢٠٣٤	١٣٤٩
	المعبر الشمالي	١٩٥١٥٣	٢٠٥٧٠٩	١٧٨٩٥٥	١٦٧١٩٦	١٩٩٥٣٩	١٧٤٢٠٦
	جابر	٩٥٠٧٢٧	١٣٤٢٩٦٢	١٥٨١١٣٣	٨٤٧٣٥٣	٩٩١٤٣٤	١٥٠٢١٧٢
	الدرة	٩٧٢٨٢	١٠٢١٨٧	٨٢٢٢٢	٧٠١٩٢	٨٢٢٢٣	٤٥٨١١
	مطار الملكة علياء	١١٨٣٩٨٤	١١٠٢٠٥٥	١١٦٨٨٣٠	١٢٠٠٨٧٦	١١٢٩٧٥١	١١٦٥٩٤٩
	مطار عمان	٢٤٥٩٩	٢٠٤٦١	٢٨١٢٢	٢٧٣٦٧	٢٢٠٩٩	٣٠٤٥٧
جوية	مطار العقبة	٥١٦١٠	٢١٦٦٣	٢١٦٧٩	٧٤٧٠٦	٣٦٨٦٥	٢٦٥٧٩
بحرية	ميناء العقبة	٢٩٣٦٧٦	٣٣٠٠٦٥	٣٠٧٠٥١	٣٤٤٨٦٦	٣٤٤٢٧٨	٣٣٩٦٢٧
المجموع		٥٠٤٧٧٣٦	٥٥٦١٥٥٨	٥٩١٧٣٣٩	٤٦٠٠١١٤	٤٩٠٣٧١٠	٥٧٨٠٤٦٢

المصدر: مديرية الأمن العام/ إدارة الأجانب والحدود، سلطة الطيران المدني، مؤسسة الموانئ.

المرافق السياحيّة القائمة في المثلّث الذهبي

الفنادق:

يوجد في الإقليم عدد لا بأس به من الفنادق ويتركز معظمها في مدينتي البتراء والعقبة، وهما يأتيان في المرتبة الثانية بعد العاصمة عمان من حيث العدد الإجمالي للفنادق. ويوجد في مدينة البتراء ٢٦ فندقاً مصنفاً، بطاقة استيعابية تصل إلى ١٨٢٩ غرفة فندقية موزعة بين مختلف الفئات والدرجات، فيما يتواجد ١٧ فندقاً غير مصنف وبطاقة ٢٤١ غرفة، ويبلغ العدد الإجمالي للأسرّة في البتراء ٣٧٣٦ سريراً[(١)].

وتتخذ فنادق الخمسة نجوم مواقع مميزة بإطلالتها على هضاب البتراء الجميلة بمحاذاة الطريق الواصلة بين مدينة وادي موسى وقرية الطيبة إلى الجنوب منها. وتتواجد بعض الشركات العالمية العريقة في عالم الفندقة في مدينة البتراء من خلال تملكها أو أدارتها لبعض المنتجعات في المدينة كما هو الحال في فنادق الموفنبيك (Movenpick) والماريوت (Marriott) بالإضافة إلى منتجع طيبة زمان ومنتجع حياة زمان والتي يتم إدارتها من خلال شركات Acur الفرنسية الشهيرة.

ويتواجد في مدينة البتراء بيت للشباب أنشئ مع نهاية عقد التسعينات، ويوفر الإقامة وبعض المرافق الرياضية المتواضعة للشباب الراغبين في إقامة معسكرات شبابية في البتراء وبأسعار زهيدة.

وأما من جانب نوعية الخدمة في فنادق البتراء فإنها متفاوتة، ففنادق الدرجة الأولى تقدم خدماتها وفقاً للمعايير العالمية وتضم إلى جانب خدمات الإيواء والطعام والشراب خدمات أخرى كإقامة البازارات ومعارض التحف الشرقية ومراكز المساج وغيرها، أما الفنادق الصغيرة فتقتصر خدماتها على الإيواء والطعام والشراب.

---

(١) بيانات سلطة إقليم البتراء/ دائرة العلاقات العامة.

والحقيقة أن البنية الفندقية في البتراء ما زالت حديثة العهد فالغالبية العظمى للفنادق أنشئت بعد عام ١٩٩٣، حيث كانت متواضعة جداً ما قبل هذا التاريخ، ورغم ذلك فما زالت المنظومة الفندقية في البتراء بحاجة للمزيد.

تصنيف فنادق البتراء

Petra	عدد الفنادق No. Of Hotel	الغرف Room	الأسرة Bed	Employees العاملون Jordanian أردني ذكر M	 Jordanian أردني أنثى F	 Non Jordanian غير أردني ذكر M	 Non Jordanian غير أردني أنثى F	مجموع Total	البتراء
Five Stars	٥	٦١٣	١,٠٩٨	٣٧٦	٤	٣	١	٣٨٣	خمسة نجوم
Four Stars	٣	٣٧٥	٧١١	٣١٣	١	٤	٠	٣١٧	اربعة نجوم
Three Stars	٧	٤٢٦	٨١٦	١١٣	٤	٢٥	١	١٤٣	ثلاثة نجوم
Two Stars	١	٣٥	٧٠	٥	٠	٠	٠	٥	نجمتين
One Stars	١٠	٣٠٣	٥٩٢	٣٨	٠	١٣	٢	٥٣	نجمه
Total	٢٦	١,٧٥٢	٣,٢٨٧	٨٤٥	٩	٤٤	٣	٩٠١	مجموع
Unclassified Hotels	١٢	١٨٣	٣٨٣	٢٤	٢	٧	٢	٣٥	فنادق غير مصنفة
Total Petra	٣٨	١,٩٣٥	٣,٦٧٠	٨٦٩	١١	٥١	٥	٩٣٦	مجموع البتراء

Source: Ministry of Tourism & Antiquities المصدر : وزارة السياحة والآثار

وأما مدينة العقبة فإنها تعد من أكثر المدن نمواً في مجال البنية الفندقية في الآونة الأخيرة، ويتواجد في المدينة حتى الآن ٢٧ فندقاً مصنفاً، و ١٤ فندقاً غير مصنف، بالإضافة إلى عدد من الشقق الفندقية المفروشة المتواجدة، ويصل أجمالي الغرف الفندقية إلى ٢٦٠٣ غرفة وبعدد أسّرة يصل إلى ٥٣٧٣ سرير.

ويتواجد الآن الكثير من المشاريع الفندقية الضخمة التي يتم القيام بها على قدم وساق باستثمارات كبيرة تصل إلى مليارات الدولارات، وتعد نسبة الأشغال في فنادق العقبة جيدة إلى حد كبير.

هذا ويتوفر في مدينة العقبة بيت للشباب تديره وزارة الشباب ويقدم خدمات الإيواء والمرافق الرياضية وبأسعاره زهيدة، كما ويوجد مخيم شبابي يقع على الساحل ويستضيف الكثير من الأنشطة والمخيمات التي ينظمها الشباب أو المؤسسات الأردنية.

تصنيف الفنادق في مدينة العقبة

Aqaba	عدد الفنادق No.Of Hotel	الغرف Room	الأسرة Bed	Employees العاملون Jordanian أردني ذكر M	أنثى F	Non Jordanian غير أردني ذكر M	أنثى F	مجموع Total	العقبه
Five Stars	2	490	804	586	29	25	19	659	خمسة نجوم
Four Stars	3	558	1,000	264	8	58	8	338	اربعة نجوم
Three Stars	6	480	1,026	185	15	97	21	318	ثلاثة نجوم
Two Stars	8	518	1,030	51	2	72	2	127	نجمتين
One Stars	8	142	338	25	2	15	1	43	نجمه
TOTAL	27	2,188	4,198	1,111	56	267	51	1,485	مجموع
Apartments C	1	61	122	2	0	5	0	7	شقق ج
Suites C	1	21	142	5	1	7	0	13	أجنحة ج
Unclassified Hotel	14	257	651	30	0	19	0	49	فنادق غير مصنفة
Total Aqaba	43	2,527	5,113	1,148	57	298	51	1,554	مجموع العقبه

Source: Ministry of Tourism & Antiquities المصدر : وزارة السياحة والآثار

وأمـا وادي رم فتحـوي ٥ مخيمات منتشرة في صحراءهـا وهي معـدّة لـتلائم الأجواء الساحرة في وادي رم بحيث تتيح للزائر وقتاً أكبر في التأمـل في جماليات رم، وتبلغ الطاقـة الاسـتيعابية الإجمالية لهـذه المخيمات إلى ٨١٣ سرير، وتقـدم الخـدمات الأساسية للزوار إضافة إلى إقامة الحفلات الغنائية، وحفلات الفلكلـور الشعبي الذي يزيد من اتصال السائح مع المجتمع البدوي المقيم في وادي رم[١].

المخيمات في وادي رم

Wadi Rum	عدد الفنادق No. Of Hotel	الغرف Room	الأسرة Bed	Employees العاملون				مجموع Total	وادي رم
				أردني Jordanian		غير أردني Non Jordanian			
				M ذكر	F أنثى	M ذكر	F أنثى		
Camping	5	302	607	28	0	20	0	48	مخيم

Source: Ministry of Tourism & Antiquities المصدر : وزارة السياحة والآثار

تصنيف الفنادق في المثلّث الذهبي

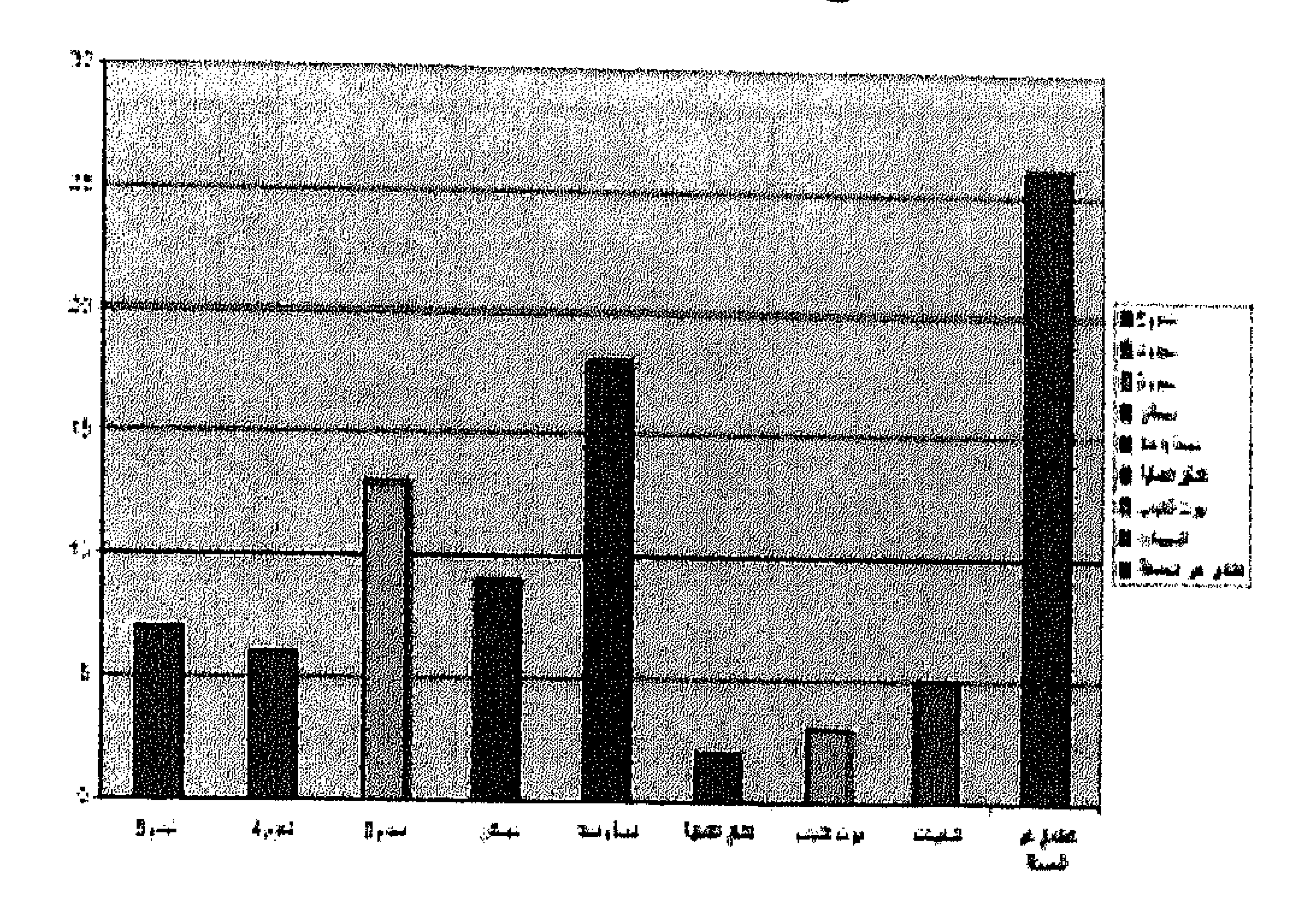
Classification	No. عدد الفنادق of Hotels	الغرف Room	Bed الأسّرة	حسب الفئة
Five Stars	٧	١١٠٣	١٩٠٢	٥ نجوم
Four Stars	٦	٩٣٣	١٧١١	٤ نجوم
Three Stars	١٣	٩٠٦	١٨٤٢	٣ نجوم
Two Stars	٩	٥٥٣	١١٠٠	نجمتان
One Star	١٨	٤٤٥	٩٣٠	نجمة واحدة
Apartments and Suites	٢	٨٢	٢٦٤	الشقق الفندقية
Hostel	٣	٥١	١٩٢	بيوت الشباب
Camping	٥	٣٠٢	٦٠٧	المخيمات
Unclassified Hotels	٢٦	٤٥٨	١٠٣٤	الفنادق غير المصنفة
Total	٨٩	٤٨٣٣	٩٥٨٢	المجموع

---

[١] وزارة السياحة: النشرة الإحصائية السياحيّة.

والحقيقة أن بنية الخدمات الفندقية في وادي رم تحديداً ما زالت متواضعة، إذ لا تحقق المستوى الذي يليق بما تحتويه رم من كنوز وجماليات مكانية بارزة، لكن هذا لا ينفي عنها أنها في تحسن مستمر.

توزيع الفنادق في المثلث الذهبي



هذا وتشكل مدينة العقبة أفضل مواقع المثلّث الذهبي من حيث

هذا وتشكل مدينة العقبة أفضل مواقع المثلّث الذهبي من حيث معدل إقامة السائح إذ بلغت ٢,١٣ يوم، مقارنة مع ١,٨٤ في البتراء و ١,٥٧ في وادي رم (خلال الفترة من كانون الثاني حتى شهر آذار ٢٠٠٦)، وأما عدد الأسرة المشغولة فقد كانت في مدينة العقبة ٧٨٣,٢٩٥ في حين شكلت في مدينة البتراء ما مجموعه ٤٣٩,٦٠٤، أما وادي رم فكان نصيبها ٣٠,٦٥٣ وذلك بحسب مؤشرات الإيواء السياحي لعام ٢٠٠٥[١].

---

[١] وزارة السياحة: النشرة الإحصائية السياحيّة، ٢٠٠٦، ص٤٤.

نسبة الإشغال في فنادق المثلّث الذهبي:

حققت نسبة الأشغال في فنادق البتراء لعام ٢٠٠٥ ٩ر٣٣٪ بالنسبة للغرف و ٩ر٣٦٪ من الأسّرة المتوافرة. فيما ارتفعت معدلات الأشغال العامة في مدينة العقبة إلى ٤ر٥٣٪ بالنسبة للغرف الفندقية و ٢ر٤٧٪ من إجمالي الأسّرة المتوافرة في العقبة.

أما أوقات الذروة في النشاط الفندقي في مدينة العقبة فقد كان شهر أيلول الأعلى من حيث نسبة الأشغال إذ وصلت إلى ٣ر٨١٪ من الغرف الفندقية، وفي شهر آب كانت النسبة ٣ر٦٧٪، كما كانت مرتفعة أيضاً خلال شهر نيسان حيث وصلت إلى ٧ر٦٧٪. وقد شكل شهر كانون الأول أقل أوقات السنة إشغالاً، إذ تدّنى ليصل إلى ٥ر٣٩٪ للغرف.

وأما فنادق البتراء فقد شهدت في شهر نيسان أعلى نسبة أشغال إذ وصلت إلى ٧ر٥٤٪ من إجمالي الغرف، تلاه شهر آذار بنسبة ٤ر٤٤٪ ثم شهر تشرين الثاني بنسبة ٤١٪، في حين سجلت في شهر كانون الثاني أقل نسبة إشغال حيث تدنّت لتصل ٩ر٢٠٪[1].

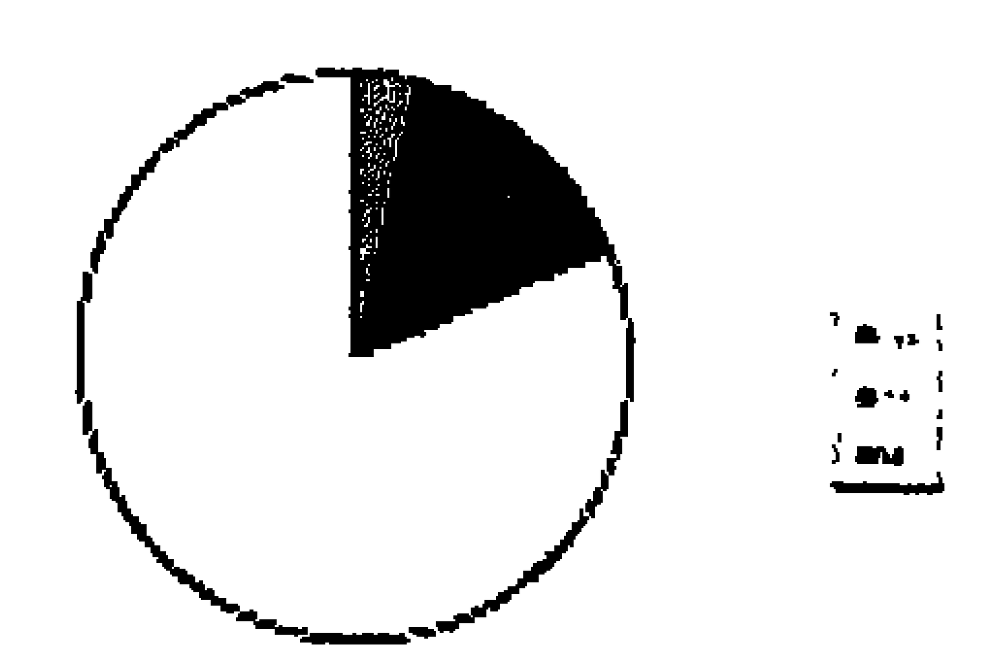
---

[1] وزارة السياحة والآثار وهيئة تنشيط السياحة: النشرة الإحصائية السياحيّة، المجلد الأول. العدد الثالث ٢٠٠٥.

المطاعم السياحيّة:

يوجد في إقليم المثلّث الذهبي ٥٤ مطعماً سياحياً موزعة بواقع ٤٤ مطعماً في مدينة العقبة و ٨ في مدينة البتراء ومطعمين في وادي رم، وبطاقة استيعابية إجمالية تصل إلى ٤٤٥٨ سائح في الوقت ذاته[١].

توزيع المطاعم في المثلث الذهبي



كما يتواجد إلى جانب ذلك العديد من المطاعم الشعبية التي تقدم مختلف الأطباق الشعبية وهي منتشرة في مختلف أماكن الإقليم.

ويحتاج قطاع المطاعم في الإقليم إلى المزيد من التطوير، وتأهيل الكوادر العاملة فيه، والاهتمام بالجوانب التي تساعد في خلق جو مناسب للسائح من مظهر خارجي متفرد وخدمة تواكب المستوى والمقاييس المتعارف عليها في عالم المطاعم.

المطاعم حسب الموقع ٢٠٠٥

المنطقة	العدد	عدد الكراسي	عدد الطاولات	العاملين / اردني ذكر	العاملين / اردني أنثى	العاملين/ غير اردني ذكر	العاملين/ غير اردني أنثى	مجموع العاملين
وادي رم	2	500	82	12	0	15	0	27
البتراء	8	665	144	28	0	8	0	36
العقبة	44	3,293	896	192	30	185	7	414
المجموع	54	4,458	1,122	232	30	208	7	477

[١] المصدر، وزارة السياحة/ مديرية الإحصاء.

متاجر التحف الشرقية:

وهي تمارس دوراً أساسياً في الترويج للتراث الثقافي الأردني بطابعه الشرقي الجذاب، من خلال عرض المصنوعات اليدوية من منسوجات ومطرزات يدوية، وأواني نحاسية تحوي نقوشاً وزراكش تعبر عن تاريخنا وهويتنا، بالإضافة إلى احتوائها على المجلات والكتيبات والصور الملتقطة للمدن والمواقع الأثرية والتراثية الأردنية.

ويمارس الكثير من العاملين في هذه المتاجر هواية عمل زجاجات الرمل الملونة والتي تلقي رواجاً لدى السياح المتواجدين في هذه الأماكن ويقبلون على كتابة أسماءهم على الزجاج من الداخل فتحتضن الأسماء بين خطى قوافل الجمال المرسومة على الرمل الأحمر والوردي.

ويوجد في وادي رم ثلاثة بازارات للتحف الشرقية، فيما تحوي البتراء ستة متاجر، وأما مدينة العقبة ففيها نصيب الأسد، إذ يصل عدد المتاجر المتواجدة هناك إلى ٤١ متجراً، وقد أدركت الكثير من الفنادق والمنتجعات السياحيّة أهمية التحف الشرقية وإقبال السياح عليها فأقاموا مثل هذه البازارات في ممرات الفنادق وساحاتها[١].

---

[١] وزارة السياحة/ مديرية الإحصاء.

متاجر التحف الشرقية حسب المحافظات لعام ٢٠٠٥

Tourist Shops by Locality, 2005

Location	Employees - عـدد العاملين			عدد المتاجر	المنطقة
	المجموع Total	أنثى Female	ذكـر Male	Number of Shops	
Aqaba	44	2	42	41	العقبة
Petra	9	0	9	6	البتراء
Wadi Rum	11	8	3	3	وادي رم
Total	64	10	54	50	المجموع

المصدر : وزارة السياحة والآثار Source : Ministry of Tourism & Antiquities

مكاتب تأجير السيارات السياحيّة:

تحقق هذه الخدمة رغبات بعض السياح الراغبين في القيام بزيارة الأماكن السياحيّة دون التقيد ببرنامج محدد، ويمكن أن يحصل السائح على سائق يرافقه في جولته ويكون دليلاً سياحياً يعينه على تحمل مشاق السفر.

وقد بلغ عدد مكاتب تأجير السيارات في مدينة العقبة ١١ مكتباً تضم ١٩٧ سيارة، فيما تضم البتراء مكتباً واحداً لتأجير السيارات، لديه ١٠ سيارات، ويصل عدد المكاتب المتواجدة في الأردن ٢٥٤ مكتباً تضم ٥٩١٣ سيارة سياحية، ويمكن للسائح القادم للمثلث الذهبي استئجار سيارته من أي مدينة أردنية يتوفر فيها مكتب لتأجير السيارات السياحيّة[١].

---

[١] المصدر ذاته

مكاتب تاجير السيارات السياحية حسب الموقع ٢٠٠٥
Rent a Car Offices, 2005

Location	Employees - العاملين					عدد السيارات	عدد المكاتب	المنطقة
	المجموع Total	غير أردني Non Jordanian		Jordanian - أردني				
		Female - أنثى	Male - ذكر	Female - أنثى	Male - ذكر	No. of Cars	No. of Offices	
Amman	666	1	13	27	625	4,728	207	عمان
Ma'an	3	0	0	0	3	5	1	معان
Tafiela	6	0	0	0	6	16	2	الطفيلة
Ajlun	3	0	0	0	3	11	1	عجلون
Aqaba	39	0	1	2	36	197	11	العقبة
Irbid	16	0	0	0	16	105	5	اربد
Balqa	39	0	2	0	37	163	13	البلقاء
Zarqa	35	0	0	0	35	124	12	الزرقاء
Jarash	3	0	0	0	3	10	1	جرش
Karak	3	0	0	0	3	10	1	الكرك
Wadi Rum	544	0	0	0	544	544	0	منطقة وادي رم
Total	1,357	1	16	29	1,311	5,913	254	المجموع

Source : Ministry of Tourism & Antiquities المصدر : وزارة السياحة والآثار

الأدلاّء السياحيون:

يصل عدد الإدلاء السياحيين المسجلين لدى وزارة السياحة حتى نهاية عام ٢٠٠٥ نحو ٦٠٠ دليلاً سياحياً يمارسون نشاطهم في مختلف المواقع السياحيّة للمملكة باستثناء ٢١ دليلاً سياحياً مقيماً يمارس المهنة في موقع واحد معين فقط.

ويتوزع الإدلاء السياحيين بين اللغات العالمية الرئيسية كالعربية، الإنجليزية، الفرنسية، الأسبانية، الألمانية، الإيطالية، الروسية، بالإضافة إلى أعداد قليلة من الإدلاء تتقن بعضاً من اللغات الأخرى الأقل أهمية للسياحة في الأردن، ويتميز كثير من الإدلاء بإجادتهم لأكثر من لغة وغالباً ما تكون الإنجليزية إحداهما.

الأدلاء السياحيين لعام ٢٠٠٥

Tourist Guides, 2005

languages	Number العدد	اللغة
Spanish	44	إسبانى
German	60	ألمانى
English	234	إنجليزي
Italian	56	إيطالى
French	69	فرنسي ،
Portugal Ian	1	برتغالى
Russian	24	روسى
Chinese	1	صينى
Hebrew	4	عبري
Japanese	6	يابانى
Serbian	1	يوغسلافى
Greek	6	يونانى
English + French	23	إنجليزي + فرنسي ،
French + German	2	فرنسي ، +ألمانى
French + Spanish	4	فرنسي ، + إسبانى
Hungarian + English	1	هنقاري + إنجليزي
Nether land + Belgium	2	هولندي + فلامنش + بلجيكى

languages	Number - العدد	اللغة
India + English	1	هندي + إنجليزي
German + English	26	آلماني + إنجليزي
Spanish + English	10	اسباني + إنجليزي
Italian + English	17	إيطالي + إنجليزي
Italian +German	1	إيطالي + ألماني
Italy + France	4	إيطالي + فرنسي
Turkish + English	1	تركي + إنجليزي
Serbian + English	1	صربي + كرواتي + إنجليزي
Korean + English	1	كوري + إنجليزي
Finland + English	1	فنلندي + إنجليزي
Licensed / Stopped	14	مرخص / موقوف
Tourist Guides / Wadi Rum	57	دليل سياحي / وادي رم
Total	**672**	**المجموع**

Source: Ministry of Tourism & Antiquities المصدر: وزارة السياحة والآثار

مكاتب السياحة والسفر:

يبلغ العدد الإجمالي لمكاتب السياحة والسفر المتواجدة في الأردن ٤٣١ مكتباً منها ٣٩٣ مكتب رئيسي و ٤٤ مكتب فرعي، وتتولى هذه المكاتب عملية تنظيم الرحلات السياحيّة الداخلية والخارجية من حيث الإيواء والتنقلات وخدمات الطعام والشراب والإرشاد، كما وتمارس عملية الحجز والبيع لتذاكر الطائرات وحجوزات الفنادق.

ويتركز وجود غالبية مكاتب السياحة والسفر في العاصمة عمان، تليها مدينة العقبة، حيث تحوي مدينة عمان وحدها ٣٦٨ مكتباً، فيما يوجد في العقبة ٢٧ مكتباً، والبتراء ١٠ مكاتب في حين يوجد في وادي رم مكتب واحد[١].

والحقيقة أن عدداً قليلاً من هذه المكاتب يمارس دوره بفعالية في مجال عمل البرامج السياحيّة، والترويج للسياحة في الأسواق الخارجية، أما الأغلبية الباقية فتمارس أدواراً ثانوية دون الولوج إلى الدور الحقيقي الذي يجب أن يلعب على هذا الصعيد.

---

(١) وزارة السياحة/ مديرية الإحصاء.

مكاتب السياحة والسفر حسب الموقع ٢٠٠٥

Number of Tourist & Travel Agents

Location	Total	مجموع Total	أنثى Female	ذكر Male	مجموع Total	أنثى Female	ذكر Male	Offices	المنطقة
Aqaba	136	4	1	3	132	26	106	27	العقبة
Petra	58	1	1	0	57	7	50	10	البتراء
Wadi Rum	6	1	1		5	1	4	1	وادي رم
Total	200	6	3	3	194	34	160	38	المجموع

Source: Ministry of Tourism المصدر : وزارة السياحة والآثار

شركات النقل السياحي:

يوجد ثلاثة شركات تمارس عملها في الأردن عموماً وهي النقليات الأردنية السياحيّة – جت، الأردنية للاستثمار والنقل السياحي – ألفا وشركة رم للنقل السياحي المتخصص، ويبلغ عدد الأسطول للشركات الثلاثة ٣٧٢ حافلة بين كبيرة ومتوسطة وصغيرة، وهناك شركة نقل رابعة ستباشر عملها خلال العام ٢٠٠٦.

عدد شركات النقل السياحي ٢٠٠٥

Tourist Transportation Company, 2005

[illegible]		أجنبي	أردني										
	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	صغير	وسط	كبير	المجموع	صغير	وسط	كبير	تاريخ مباشرة العمل	الشركة Company Name
292	0	1	9	282	14	35	51	163	53	35	75	1964	النقليات الأردنية السياحية- جت
231	0	0	4	227	14	30	49	147	35	18	94	1995	الأردنية للاستثمار والنقل السياحي -الفا
97	0	4	5	88	9	30	49	62	5	10	47	2002	شركة رم للنقل السياحي المتخصص
620	0	5	18	597	12.3	31.7	49.7	372	93	63	216	/	المجموع

مراكز الغوص والرياضات المائية:

وتتركز هذه المراكز في مدينة العقبة بشكل أساسي بوصفها المتنفس البحري الأردني الوحيد، حيث تضم ٨ مراكز للغوص وثلاثة مراكز للرياضات المائية، وتوفر هذه المراكز كافة التجهيزات اللازمة لممارسة الرياضات المائية التي تلقى رواجاً بين سكان العقبة خصوصاً ومن باقي محافظات ومدن المملكة الأخرى[١].

---

[١] وزارة السياحة/ مديرية الإحصاء.

قطاع التعليم:

ويعتبر من أهم القطاعات التي وجدت عناية فائقة في الأردن منذ نشأة الدولة، وتشكل موازنة وزارة التربية والتعليم ما يقرب من ١٢٪ من موازنة الدولة، هذا بالإضافة إلى موازنة وزارة التعليم العالي وموازنات الجامعات الرسمية، وقد بلغ عدد الطلبة في المملكة ١٥٣١٣٣١ منهم ٤٠٧٤١ في المثلّث الذهبي (يمثل عدد الإناث ٢٠٠٥٩، والذكور ٢٠٦٨٢)، فيما يبلغ عدد المعلمين في المملكة ٧٨٢٩٨ منهم ٢٣٣٨ في المثلّث الذهبي (يمثل عدد الإناث ١٤٦٠ معلمة والذكور ٨٧٨ معلماً). أما أعداد المدارس فقد بلغت ٥٣٤٨ في المملكة منها ١٥٥ مدرسة في المثلّث الذهبي وأغلب هذه المدارس حكومية، ويتواجد عدد محدود من المدارس الخاصة، وأخرى عسكرية أقامها الجيش في المناطق الفقيرة حيث توفر للطلبة بالإضافة للتعليم وجبات الطعام واللباس مجاناً.

ويشكل حملة دبلوم كليات المجتمع ما نسبته ٢٢٪ من إجمالي عدد المعلمين، فيما يشكل حملة درجة البكالوريوس ٦٧٪ وأما حملة الدبلوم العالي والماجستير والدكتوراه فيشكلون ما نسبته ١١٪[١].

وفي مجال حوسبة التعليم، وصل عدد المتقدمين للحصول على رخصة (ICDL) حوالي ٨٢٪ من إجمالي المعلمين في البتراء، وما نسبته 90 في العقبة ووادي رم. فيما وصلت نسبة المدارس المحوسبة إلى ٩٥٪. وتم وصل ما نسبته ٩٢٪ من المدارس على الشبكة التعليمية الداخلية لوزارة التربية والتعليم (**Edu-wave**).

---

[١] وزارة التربية والتعليم: الكتاب السنوي ٢٠٠٥.

هذا وقد أنشئت جامعة الحسين بن طلال على بعد ٤٠ كلم من البتراء، وبنيت إحدى كلياتها (كلية الآثار والسياحة) في مدينة البتراء لتواكب الهم السياحي والأثري في المدينة من خلال القيام بالبحوث والدراسات. وتضم الكلية معهداً متخصصاً لدراسات الأنباط وهو حديث العهد، وما زال أثره محدوداً.

وأما مدينة العقبة فيتواجد بها كلية جامعية تركز جهدها على الدراسات السياحيّة والفندقية لخدمة حاجات المنشآت السياحيّة القائمة في الإقليم، وهي تابعة لجامعة البلقاء التطبيقية ومقرها مدينة السلط.

قطاع الصحة:

يوجد في المملكة ٩٧٤٣ (حتى عام ٢٠٠٤) سرير موزعة بين مستشفيات وزارة الصحة والمستشفيات العسكرية، والمستشفيات التعليمية ومستشفيات القطاع الخاص، ويبلغ حجم الإنفاق الحكومي على قطاع الصحة ما يقارب ٦٪ من الموازنة العامة[١].

وأما في المثلّث الذهبي فقد تم إنشاء مستشفى حديث في مدينة البتراء وبسعة ٧٢ سريرا وهو يخدم مختلف القرى التابعة لإقليم البتراء بالإضافة إلى لواء الشوبك والقرى التابعة له.

وتحتوي مدينة العقبة مستشفى عسكرياً تديره الخدمات الطبية الملكية ويضم ١٢٠ سريراً ولا يقتصر عمله على معالجة العاملين في الأجهزة الأمنية والعسكرية وإنما يستقبل أيضاً المرضى المدنيين[٢].

---

[١] وزارة الصحة: التقرير السنوي ٢٠٠١.

[٢] الخدمات الطبية الملكية: التقرير السنوي ٢٠٠٤.

وبالإضافة للمستشفى العسكري في العقبة، يوجد هناك مستشفيان مملوكان للقطاع الخاص، ويقدمان خدماتها لمحافظة العقبة والمحافظات الجنوبية الأخرى.

كما وتنتشر المراكز الصحية في مختلف مناطق الإقليم حيث يوجد ٦ مراكز في البتراء: بين مركز شامل وأولي وفرعي، وحوالي ١٩ مركزاً في محافظة العقبة.

وعند المقارنة بين عدد السُكّان في معان والعقبة نجد أن كل ١٠ آلاف نسمة في معان لديهم ٩,٥ طبيب، في حين تشكل في العقبة ١١,٧ طبيب لكل ١٠ آلاف نسمة، ويوجد في معان ١,٥ صيدلاني لكل ١٠ آلاف نسمة، في حين تمثل في العقبة ٢,٣ صيدلاني لكل ١٠ آلاف نسمة. ويتوفر ٥,٩ ممرض لكل ١٠ آلاف في معان، بينما تصل إلى ٤,٦ لكل ١٠ آلاف في العقبة[١].

قطاع المياه:

يعد الأردن عموماً من الدول الفقيرة مائياً، نظراً لقلة المياه السطحية (الأنهار، الواحات ...) على الأرض الأردنية وانخفاض معدل سقوط الأمطار في الأردن بشكل عام وفي المناطق الجنوبية والشرقية منه خصوصاً. وأما المصادر الجوفية للمياه فتعاني من الاستنزاف المفرط بسبب عمليات استخراج المياه، الأمر الذي يهدد قدرتها على التجدد ويضع إمكانية ديمومتها في دائرة الخطر.

ورغم ذلك فإن منطقة المثلّث الذهبي تعد أفضل حالاً من المناطق الأردنية الأخرى، فحصة الفرد من المياه في العقبة هي الأعلى في الأردن إذ تصل

[١] وزارة التخطيط: مؤشرات عن محافظات المملكة ٢٠٠٥.

إلى ٣٦٣,٥ لتر/ يوم في حين تشكل حوالي ١٧٦,٤ في محافظة معان، وهي أيضاً تعتبر مرتفعة مقارنة مع ١٥١,٦ حصة الفرد اليومية في عمان، و ٦٨,٠ في محافظة عجلون (الأقل في المملكة)[١].

ويعد المثلّث الذهبي الأغنى من حيث توفر المياه الجوفية إذ يحتضن حوض الديسي المائي، والذي يحتوي على كميات كبيرة من المياه الجوفية غير المتجددة، وما زال استخدامها يقتصر حتى الآن على تغذية محافظة العقبة بالإضافة إلى المشاريع الزراعية المقامة هناك. ويتم الآن إجراء العديد من الدراسات لجرّ المياه عبر خط ناقل إلى العاصمة عمان، وما زال المشروع متعثراً بسبب كلفته العالية التي قد تنعكس على سعر المياه في المملكة[٢].

أما في مجال الصرف الصحي فقد تم تغطية الجزء الأكبر من مدينتي العقبة والبتراء بالإضافة إلى بعض القرى بالصرف الصحي ضمن حزمة مشاريع تم اغلبها خلال عقد التسعينات من القرن الماضي. وقد بلغت التغطية للصرف الصحي في لواء البتراء نسبة ٥٧,٤٪ في حين يعتمد ٤٠,٧٪ من سكان اللواء على الحفر الامتصاصية في تصريف المياه العادمة، وكذلك الأمر في محافظة العقبة حيث تتواجد التجمعات السكّانية والقرى الصغيرة ومنها وادي رم من دون تغطية للصرف الصحي[٣].

---

[١] وزارة المياه: التقرير السنوي ٢٠٠٤، ص٣٧.

[٢] وزارة المياه: التقرير السنوي، ص١٠٢.

[٣] جامعة الحسين بن طلال: الواقع الاقتصادي والاجتماعي لمحافظة معان ٢٠٠٤، ص ١٩٧.

قطاع الاتصالات:

تتوفر الخدمة البريدية في أغلب أماكن الإقليم وتتفاوت نوعيتها بحسب حجم التجمع السُّكّاني، ويوجد مكاتب بريدية رئيسية وأخرى فرعية يتم وضعها في القرى.

وأما الهاتف وأجهزة الاتصالات الأخرى، فلقد ذهبت دراسة متخصصة عن محافظة معان إلى أن ما نسبته ٦٢,٨٪ من سكان البتراء لديهم هاتف أرضي، و ٥٤,٢٪ يمتلكون هاتفاً خلوياً، وفيما يمتلك ٩٤,٦٪ جهاز التلفاز، و٤٨,٥٪ أجهزة ستلايت[1].

وتتشابه هذه النسب، وربما ترتفع قليلاً عند الحديث عن مدينة العقبة، في حين نجد تدني استخدام وسائل الاتصال في وادي رم والقرى الصغيرة الموجودة في الإقليم لاعتبارات مرتبطة بالمستوى المعيشي للسكان.

وتتواجد في الأردن عموماً بنية ملائمة في قطاع الاتصالات من خلال الاتصال بواسطة الميكرويف والخدمات التي يوفرها الكابل البحري المعمول من الألياف الضوئية والذي يغطي ما يقارب من ٧٥٪ من سكان العالم بأطوال تتجاوز الـ ١٠٠,٠٠٠ كيلومتر من الكوابل البحرية **(Sub-Marine Cable)** ، ويوجد محطة اتصال بهذا الكابل في مدينة العقبة، الأمر الذي يساعد في زيادة ربط الإقليم بالعالم الخارجي بخدمات الانترنت وجميع التطبيقات الضرورية لمقتضيات التجارة الإلكترونية.

ويقوم على تقديم خدمات الاتصال الخلوي في الأردن عموماً أربع شركات مزودة للخدمة هي فاست لنك، موبايلكوم، أمنية وشركة أكسبرس، وتغطي شبكاتها أغلب التجمعات السُّكّانية في الأردن[2].

---

[1] جامعة الحسين بن طلال: الواقع الاقتصادي والاجتماعي لمحافظة معان، ٢٠٠٣، ص٢٠٠.

[2] منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة: دليل الأعمال، ص١٩.

قطاع الطاقة:

تغطي الطاقة الكهربائية ما نسبته ٩٨٪ من إجمالي التجمعات السُكّانية المتواجدة في المثلّث الذهبي، فيما تحتضن مدينة العقبة محطة للطاقة الحرارية والتي تزود مدينة العقبة والمدن الأردنية بالطاقة الكهربائية وبطاقة تصل إلى ٦٥٠ ميغا واط، وقد تم الربط الكهربائي بين الأردن ومصر. كما تم مدّ خط للغاز الطبيعي المصري من الحقول المصرية إلى العقبة ومن ثم شمالاً نحو سوريا ولبنان، وقد بدأت بعض الصناعات يتحول اعتمادها على الغاز بدلاً من مصادر الطاقة الأخرى بسبب الجدوى الاقتصادية أولاً والمحاسن البيئية للاستخدام ثانياً.

الموارد البشرية في الإقليم

تظهر الأرقام الإحصائية أن ما نسبته ٣.٠٪ من المشتغلين الأردنيين ممن أعمارهم تزيد عن ١٥ سنة في محافظة معان يعملون ما مجموعه من ١ – ١٤ ساعة أسبوعياً، وهي ذات النسبة في محافظة العقبة في حين تبلغ نسبة أبناء معان الذين يعملون ما بين ١٥ – ٣٦ ساعة أسبوعياً حوالي ٨ر٣١٪ في حين تبلغ ٥ر١٧٪ في محافظة العقبة. وأما نسبة الذين يعملون من ٣٧ – ٥٠ ساعة فتبلغ ٩ر٤٢٪ في محافظة معان و ٤٥٪ في العقبة. ويحتل أولئك الذين يعملون ساعات تتراوح ما بين ٥١ – ٧٠ ساعة أسبوعياً حوالي ٤ر٢١٪ في معان و ٥ر٣٢٪ في محافظة العقبة[١].

ويوجد في محافظة معان ١٥٩٢ مؤسسة يتم الإشراف عليها من قبل مديرية عمل معان ويعمل بهذه المؤسسات ٥٨٨٢ من الذكور و ٥٦٢ إناث، أما المؤسسات التي تشرف عليها مديرية عمل العقبة فيبلغ عددها ٢١٥٤ يعمل بها

---

[١] دائرة الإحصاءات العامة: مسح العمالة والبطالة (التقرير السنوي) ٢٠٠٥.

١٤٦٨٧ ذكور و ١٢١٠ إناث، فيما يتواجد في محافظة معان ٤٠٢٩ عاملاً وافداً يعملون في هذه المؤسسات، في حين تحوي محافظة العقبة ٧٨٠٩ عاملاً وافداً[١].

ولعل من اللافت لسوق العمل الأردني عموماً هو تأثره إيجابياً بالنوعية الديمغرافية للسكان، فالأردن يتميز بكونه مجتمع فتي، فنسبة السُكّان ممن هم دون سن الخامسة عشرة تشكل حوالي ٣٧،٢٪ من مجموع السُكّان، في حين أن نسبة السُكّان ممن تتراوح أعمارهم بين ١٥ – ٥٩ سنة تشكل حوالي ٥٦،٥٪ وهي ذات الفئة التي ترتبط مباشرة بسوق العمل. وأما أولئك الذين تزيد أعمارهم عن ٦٠ سنة فلا تتجاوز نسبتهم ٦،٣٪ من أجمالي السُكّان[٢].

وأما العمالة الوافدة فيبلغ عددها الإجمالي في المملكة حوالي ٢١٨،٧٥٦ عام ٢٠٠٤ حيث يشكل حملة الجنسية المصرية حوالي ٧٠٪ من إجمالي حجم العمالة الوافدة، فيما يتوزع الباقون بين دول عربية أخرى ودول أسيوية كالهند وسيرلانكا والفليبين والباكستان وغيرها. وقد شكل عدد الوافدين الحاصلين على تصاريح العمل في محافظة معان ما نسبته ٢،٢٪ من إجمالي التصاريح في المملكة فيما بلغت في محافظة العقبة ١٪ فقط.

وعند النظر في توزيع أبناء المحافظتين بحسب المهن، نجد أن نسبة المشرّعين وموظفي الإدارة العليا يشكلون أقل من ١٪ من مجمل العاملين، وأما المتخصصون فيشكلون نسبة ١٤،٣٪ في محافظة معان و ١١،٩٪ في العقبة، وأما الفنّيون

---

[١] ملاحظة: أعداد العمالة تلك لا تمثل كل الموارد البشرية الموجودة في الإقليم وإنما تلك التي ترتبط بوزارة العمل وتخضع لرقابتها.

[٢] إحصاءات وزارة العمل.

فيحتلون ما نسبته ٧ر٩٪ في معان و ٦ر١٣٪ في العقبة، فيما يمثل العاملون في الخدمات والبائعون في المحلات التجارية والأسواق ما نسبته ٣ر٧٪ في معان و ٢ر١٠٪ في العقبة، ويشغل العاملون في الزراعة وصيد الأسماك ٨ر١٪ في معان و ١ر١ في العقبة، والحرفيّون ٧ر٩٪ في معان و ٤ر١١٪ في العقبة، والكتبة ١ر٩٪ في معان و ٨ر١٢٪ في العقبة، ويحتل العاملون في المهن الأولية ٨ر٣٢٪ في معان و ٨ر٢٢٪ في العقبة، وأخيراً مشغلو الآلات ونسبتهم ٢ر١٥٪ في معان و ١ر١٦٪ في العقبة[١].

هذا وقد بلغ معدل البطالة العام في الأردن ٣ر١٣٪ من إجمالي قوى العمل مع نهاية عام ٢٠٠٥ مقارنة مع ٥ر١٢٪ لعام ٢٠٠٤، وهو أمر مرتبط بكثير من العوامل لعل من أبرزها تراجع النمو الاقتصادي للناتج المحلي الإجمالي من ٧ر٧٪ لعام ٢٠٠٤ إلى ٢ر٧٪ للعام ٢٠٠٥[٢].

الدخل:

تبلغ نسبة أولئك الذي يحصلون على دخل شهري يقل عن ٢٠٠ دينار أردني في لواء البتراء ما نسبته ٨ر٧٧٪، و ٦ر١٦٪ لأولئك الذين يتراوح دخلهم ما بين ٢٠٠ – ٢٩٩ دينار أردني، فيما تنخفض النسبة إلى ٥ر٤٪ لمن يحصلون على دخل يتراوح بين ٣٠٠ – ٤٩٩، و ١٪ لمن يزيد دخله عن ٥٠٠ دينار أردني[٣].

---

[١] دائرة الإحصاءات العامة/ مسح العمالة والبطالة لسنة ٢٠٠٥.

[٢] وزارة المالية: تقرير الأداء السنوي للاقتصاد الأردني في ٢٠٠٥، الموقع الإلكتروني للوزارة.

[٣] جامعة الحسين بن طلال: الواقع الاقتصادي الاجتماعي لمحافظة معان ٢٠٠٣.

وفي محافظة العقبة، تشكل نسبة الذين يقل دخلهم عن ٢٠٠ دينار أردني حوالي ٤٧٫٧٪ وأما الذين يتراوح دخلهم ما بين ٢٠٠ – ٢٩٩ فيشكلون ٣٤٫٥٪، وحوالي ١٤٫٢٪ الذين يتراوح دخلهم الشهري ما بين ٣٠٠ - ٤٩٩، وأما الذين يزيد دخلهم عن ٥٠٠ دينار فيمثلون ما نسبته ٣٫٦٪[1].

متوسّط دخل الأسرة:

يصل متوسط الدخل الجاري السنوي للأسرة في معان حوالي ٤٦٨٤ ديناراً سنوياً، فيما يبلغ في العقبة ٥٥٨٩ ديناراً سنوياً. وقد أظهرت الدراسة التي أجرتها جامعة الحسين بن طلال أن الإنفاق الشهري للأسر في لواء البتراء يتركز بشكل أساسي على الغذاء والتعليم والسكن وبنسبة وصلت إلى ٧٣٫١٩٪، ثم تبعها الإنفاق على المواصلات والاتصالات.

وقد أظهرت الدراسة أن الاتجاه الأكبر هو نحو الوظيفة الحكومية بوصفها المصدر الأول للدخل للشريحة الأولى من أسر البتراء فيما مثّل العمل في القطاع الخاص المورد للشريحة الثانية من الأسر[2].

حجم العمالة المباشرة في القطاع السياحي:

بلغ حجم العمالة المباشرة في القطاع السياحي حوالي ٢٩٫٣٨٤ وتشكل نسبة العمالة الوافدة حوالي ١١٫٣٪ من العدد الإجمالي للعاملين. وكان من أهم

---

(1) وزارة التخطيط: مؤشرات عن محافظات المملكة ٢٠٠٥.

(2) جامعة الحسين بن طلال: الواقع الاقتصادي، مرجع سابق ص ١٦٩.

القطاعات الجاذبة للعمالة قطاع الفنادق بواقع ١٢٫٨٨٤ وقطاع المطاعم السياحيّة بواقع ٩٫٩٥٠ عاملاً وعاملة.

وفيما يتعلق بالمثلّث الذهبي، نجد أن مدينة العقبة احتلت المركز الأول، حيث بلغ عدد العاملين في الفنادق ١٥٥٤، وفي مكاتب السياحة والسفر ١٣٦ عاملاً، في حين بلغت في قطاع المطاعم السياحيّة ٤١٤ وفي مكاتب تأجير السيارات ٣٩ عاملاً. كما عمل في المتاجر التي تبيع التحف الشرقية ٤٤ شخصاً، وانفردت المدينة بالعاملين في مراكز الغوص والرياضات المائية والذين وصل عددهم إلى ١٢٩ شخصاً.

وأما في مدينة البتراء، فقد وصل عدد العاملين في الفنادق إلى ٩٣٦، ومكاتب السياحة والسفر إلى ٥٨، وأما المطاعم السياحيّة فضمت ٣٦ عاملاً وعاملة، و ١٦ شخصاً في مكاتب تأجير السيارات، و ٩ في متاجر التحف الشرقية، فيما عمل في مهنة مرافقي الخيول التي تنقل السياح إلى المدينة الأثرية ٣٤٣ شخصاً.

وفي وادي رم بلغ عدد العاملين في الفنادق (المخيمات) ٤٨ شخصاً، و ٦ أشخاص في مكاتب السياحة والسفر و ٣٣ في المطاعم السياحيّة، فيما عمل لدى مكاتب تأجير السيارات ٥٤٤ عاملاً و ١١ في متاجر التحف الشرقية، و ٢٧٠ عاملاً كمرافقين للرواحل من الخيول والجمال التي تقوم على تلبية رغبة الزائرين في التنقل في الصحراء.

وإلى جانب الأعداد المذكورة سابقاً يتواجد العاملون في النقل السياحي والإدلاء السياحيون الذين يمارسون عملهم في المملكة بشكل عام، دون تخصيصات مرتبطة بموقع أو مكان سياحي، باستثناء بعض الإدلاء القلائل (٢١ دليلاً) الذين يقيمون بجانب المواقع السياحيّة، وتنحصر مهامهم بالدلالة للموقع ذاته.

وقد وصل عدد الإدلاء السياحيين في المملكة ٦٧٢ دليلاً يتقن كل منهم واحدة أو أكثر من اللغات العالمية الرئيسية. وأما قطاع النقل السياحي (الحافلات الكبيرة والمتوسطة) فقد بلغ عدد العاملين ٦٢٠ شخصاً تديرهم ثلاث شركات رئيسية ورابعة ما زالت في مراحل التأسيس[١].

وقد تفاوتت نسبة العاملين الأجانب في المثلّث الذهبي بحسب القطاع، ففي الفنادق وصلت نسبتهم في البتراء ٦٪ من العاملين، في حين بلغت في العقبة ٥ر٢٢٪، وارتفعت لتصل ٤٢٪ في وادي رم.

وأما المطاعم فقد وصلت نسبة العمالة الوافدة في مدينة العقبة إلى ٥ر٤٦%، وإلى ٢٢٪ في البتراء، وتجاوزت ٥٦٪ في وادي رم. وفي قطاع مكاتب تأجير السيارات لم تتجاوز نسبة العمالة الوافدة ٥ر٢٪ في العقبة والبتراء، وكانت العمالة ١٠٠٪ أردنية في وادي رم.

وأما نسبتهم في مكاتب السياحة والسفر فقد بلغت ٩ر٢٪ في مدينة العقبة، و ٧ر١٪ في البتراء، في حين شكلت ٥ر١٦٪ في وادي رم، ولم تتجاوز العمالة الوافدة في قطاع النقل السياحي ٨ر٠٪ من إجمالي أعداد العاملين لديهم.

العمالة غير المباشرة:

يشكل الأثر السياحي على العمالة في القطاعات الأخرى علامة بارزة في تركيبته الاقتصادية فالسياحة ليست قطاعاً قائماً بمعزل عن المكونات الخدمية الأخرى في الأردن، وعليه فإن أغلب الدراسات تشير إلى أن مساهمة السياحة في العمالة غير المباشرة تصل إلى ٥ر١ – ٢ لكل سرير فندقي (أو ٢ – ٣ لكل

---

[١] وزارة السياحة والآثار/ مديرية الإحصاء، ٢٠٠٥.

فرصة عمل فندقية) واعتماداً على ذلك نجد أن حجم العمالة غير المباشرة في القطاع السياحي الأردني تصل إلى حوالي ٦٠ر٠٠٠ (استناداً إلى قراءتنا السابقة بخصوص العمالة المباشرة التي تصل إلى ٣٠ر٠٠٠ تقريباً)[1].

أما في الإقليم الذهبي فيصل بذلك حجم العمالة غير المباشرة إلى ١٠ر٠٠٠ألآف شخص يمارسون مهناً مساندة لا ترتبط مباشرة بالقطاع السياحي، وتحتل مدينة العقبة المركز الأول في حجم العمالة غير المباشرة التي تستفيد من قطاع السياحة، تليها مدينة البتراء ثم وادي رم.

تواجد المرأة في القطاع السياحي في المثلّث الذهبي:

تظهر بيانات العاملين في القطاع السياحي في المناطق الثلاث، البتراء والعقبة ووادي رم تدني نسبة إقبال المرأة على العمل في السياحة، حيث وُجد أن ١ر٧٪ فقط من العاملين في فنادق البتراء هم من الإناث، وهي في مدينة العقبة تمثل ٦ر٩٪، في حين كان جميع العاملين الدائمين في مخيمات وادي رم من الذكور.

وقد خلت المطاعم السياحيّة ومكاتب تأجير السيارات السياحيّة في البتراء ووادي رم من العاملات، في حين شكلت نسبتهن في مطاعم العقبة السياحيّة ٨ر٩٪، وفي مكاتب تأجير السيارات بالعقبة نسبة ٥ر١٢٪.

وقد كان قطاع مكاتب السياحة والسفر أفضلها حالاً في هذا الصدد، إذ شكل التواجد النسائي في مكاتب البتراء ١٣ر٧٪، وفي العقبة ١٩.٨٪ وارتفعت لتصل النسبة إلى ٣٣٪ في وادي رم.

---

[1] الطعامنة، مطبع شبلي: دور السياحة في التنمية الاقتصادية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية (٢٠٠١) ص٩٢.

وأما متاجر التحف الشرقية فقد خلت تلك المتواجدة في البتراء من العاملات في حين وصلت إلى ٥ر٤٪ في العقبة، وشكلت في وادي رم نسبة ٧٢٪ . وأخيراً كانت النسبة من العاملين في شركات النقل السياحي ٩ر٢٪ من إجمالي المنتسبين للشركات الثلاثة.

والحقيقة أن ما ورد ذكره يدلل على مدى نفور النساء من العمل في قطاع السياحة مفضلات بذلك العمل في القطاعات الحكومية، وبعض المؤسسات والشركات التجارية والصناعية الخاصة المتواجدة في الإقليم الذهبي. ولا زالت الحاجة ماسة لزيادة حجم الاستفادة من الطاقة البشرية المهدورة بسبب عزوف الكثير من النساء عن العمل حيث وصلت نسبة البطالة في محافظة معان بين الإناث إلى ٣ر١٣٪، ووصلت البطالة لدى النساء في العقبة حوالي ٤ر٣٠٪[1] .

أهم السمات الأساسية في سوق العمل بالمثلّث الذهبي:

١- ارتفاع نسبة أولئك الذين لا يعملون رغم أنهم جزء من القوى البشرية المؤهلة للعمل لوقوعها بين سنة ١٥ – ٦٤ وذلك إما لانخراطهم في التعليم، أو لأسباب صحية أو اجتماعية أخرى. (هناك على سبيل المثال ٣ر٢٥ من القوى البشرية في البتراء على مقاعد الدراسة).

٢- تدني مشاركة المرأة في العمل من جهة، وإحجامها عن القطاع السياحي بشكل خاص.

٣- النسبة العالية التي يشكلها صغار السن ممن تقل أعمارهم عن ١٥ سنة إذ تبلغ نسبتهم ٢ر٣٧٪ من مجموع السُّكّان، الأمر الذي يحول دون مشاركتهم في التنمية والنشاط الاقتصادي.

---

[1] وزارة التخطيط.

٤- افتقار كثير من المؤسسات للوسائل والآليات التي تضمن التدريب المستمر للكوادر على المهارات والتقنيات التي تزيد من قدرتهم على الإنتاج.

٥- أن عدد الحاصلين على شهادة الدراسة المتوسطة (الدبلوم)، البكالوريوس، الماجستير والدكتوراه لم تتخطى حاجز ٢٠٪، وما زالت فئة الحاصلين على الثانوية العامة تمثل الفئة الأولى بنسبة تزيد عن ٣٠٪.

الجُزءُ الثَّالِثُ

السياح وجنسياتهم:

شكّل العدد الكلي لزوار المواقع الأثرية والسياحيّة الأردنية حوالي ٢٫٠٥٤٫١٥٩ في عام ٢٠٠٥ حيث بلغت حصة الأردنيين منهم ٤٤١٫٤٦٥، وذلك مقارنة مع عدد أجمالي للسياح القادمين في ٢٠٠٤ بلغ ١٫٦٠٢٫٧٩٣ كان من بينهم ٤٨٤٫٠٥٨ أردنياً. وهو الأمر الذي يعكس زيادة في نسبة السياحة الأجنبية وصلت إلى ٤٤٫٢٪ مقابل انخفاض للسياحة المحلية بلغ ٨٫٨% بين العامين ٢٠٠٥ و ٢٠٠٤[1].

وقد وصل عدد زوار البتراء في عام ٢٠٠٤ حوالي ٣١٠٫٢٧١. كان عدد الزوار غير الأردنيين منهم ٢٠٩٫٠٦٨ زائراً، و ٧٦٫٨١٤ أردنياً بالإضافة إلى ٢٤٫٣٨٩ من الزوار الذين يأتون ضمن الرحلات المدرسية.

أما في عام ٢٠٠٥، فقد ارتفع عدد زوار البتراء إلى ٣٩٧٫٤٢١ منهم ٣١٥٫١٧٥ غير أردني و ٥١١٦٤ سائحاً أردنياً، إلى جانب ٣١٫٠٨٢ هم طلبة الرحلات المدرسية[2].

وفي وادي رم وصل عدد الزوار الإجمالي في عام ٢٠٠٤ إلى ٦٦٫٤٣٨ كان بينهم ٦٣٫٥١٣ سائحاً غير أردنياً، و٢,٩٢٥ أردنياً، في حين ارتفع هذا العدد في عام ٢٠٠٥ إلى ١٢٩٫١٧٨ مثّل عدد الأجانب ١٢٢٫٧٤٩ سائحاً مقابل ٦٫٤٢٩ للأردنيين.

---

(١) وزارة السياحة: النشرة الإحصائية ٢٠٠٥.

(٢) سلطة إقليم البتراء: إحصاءات دائرة العلاقات العامة ٢٠٠٥.

وعند الحديث عن مدينة العقبة، نجد أن المدينة استقبلت أكثر من ٤٢٠,٩٧١ سائحا في عام ٢٠٠٥ مقارنة ب ٣٥٧,٢٢٣ سائحا خلال عام ٢٠٠٤، حيث سجل الأردنيون النسبة الأعلى وذلك بقضاء إجازاتهم على شواطئ المدينة.

وأما فيما يتعلق بجنسيات القادمين للأردن عموماً، نجد أن الزائرين من البلاد العربية هم الأكبر نسبة إذ وصل عدد زوار اليوم الواحد من العرب ٢٫٥٥٦٫٢٨٠، و ١٫٨٥١٫٠٩٩ عدد الزوار الذين قاموا بالمبيت ليصل العدد الإجمالي إلى ٤٫٤٠٧٫٣٧٩ خلال عام ٢٠٠٥، وقد احتلت دول السعودية والعراق وسوريا المراكز الأولى في أعداد الزوار، وقد شكّلت أعداد الزوار العرب القادمين زيادة بمقدار ٣٫١٪ عن عام ٢٠٠٤.

وقد جاء السياح الأوروبيين في المرتبة الثانية حيث وصل عددهم إلى ٥٥٢٫٦٧٥ كان من بينهم ٣٩١٫٨٤٧ سائح مبيت و ١٦٠٫٨٢٨ زوار ليوم واحد فقط، وقد مثّل القادمون من تركيا وبريطانيا وفرنسا وألمانيا وأسبانيا وإيطاليا النسبة الأكبر منهم، وقد كانت الزيادة في نسبة الزائرين مقارنة مع عام ٢٠٠٤ حوالي ٤٫٧٪.

وقد بلغ القادمون من الأمريكتين ١٥٧٫٩٣٥ بزيادة قدرها ١٩٫٨٪ عن عام ٢٠٠٤، وحاز السياح من الولايات المتحدة الأمريكية وكندا على النصيب الأكبر.

وقد كان العدد مقارباً لذلك من الدول الآسيوية (باستثناء الدول العربية الآسيوية) حيث وصل عدد السياح من هذه الدول ١٥١٫١٧٢، كان لاندونيسيا والهند النسبة الأكبر منهما.

وأخيراً نجد أن السياحة القادمة من الدول الأفريقية (باستثناء الدول العربية الأفريقية) لم تتجاوز ٠٣٣ر١١ كان الأغلب منهم قد قدم من جنوب إفريقيا وأثيوبيا[١].

ورغم ما تعكسه هذه الأرقام المذكورة عن جنسيات السياح، إلا أن من المهم ذكره أنها لا تمثّل جنسيات القادمين للمثلث الذهبي تحديداً، فالسياحة العربية (من الدول الخليجية والعراق خصوصاً) يتجهون نحو السياحة الترفيهية في عمان ويقضون الوقت الأطول من إجازاتهم هناك لحضور المهرجانات القريبة من العاصمة كمهرجان الفحيص وجرش وشبيب وغيرها. وتعد العقبة المركز الأول لجذبهم في إقليم المثلّث الذهبي مقارنة مع البتراء ووادي رم وهذا هو الأمر ذاته للسياحة الداخلية التي تتدفق بشكل كبير لمدينة العقبة.

وعلى العكس من ذلك نجد أن البتراء خصوصاً تشكل معلماً أساسياً تقصده السياحة القادمة من أوروبا وأمريكا، فيما يزور جزء منهم منطقة وادي رم. وقد ظهر ذلك في دراسة أجراها الدكتور حابس سماوي على نوعية الحركة السياحيّة في البتراء حيث وجد أن ٩ر٥٦٪ من أجمالي السياح هم من الأوروبيين، في حين جاء الأمريكيين في المرتبة الثانية بنسبة ٤ر١٥٪، ثم الأردنيون بنسبة ٨ر١١٪، وأما العرب فقد بلغت مساهمتهم ١ر٩٪ من السياح. وتكاد تكون وادي رم بذات الفئات فسياحتها عموماً هي في معظمها غير عربية[٢].

---

[١] وزارة السياحة/ مديرية الإحصاء، ٢٠٠٥.

[٢] سماوي، حابس: واقع الحركة السياحيّة في البتراء، بحث منشور في مجلة دراسات الصادرة عن الجامعة الأردنية، العدد الأول (١٩٩٠)، ص ٦١.

وتظهر الأرقام التي تبين أعداد النزلاء في العقبة للنصف الأول من ٢٠٠٦ تقدماً واضحاً للسياح الأردنيين الذين وصلت نسبتهم إلى ٣ر٦٦٪ من إجمالي زوار العقبة، فيما شكّل القادمون من الدول الأوروبية ما نسبته ٢ر٢٣٪، وحلّ القادمون من الدول العربية ثالثاً بنسبة ٤ر٦٪، في حين لم تتجاوز نسبة السياح الأمريكيين ١ر٢٪[١].

وقد تطوّرت السياحة الأردنية لمدينة العقبة كثيراً، فقد كانت نسبة الأردنيين من السياح القادمين للعقبة في ١٩٨٣ حوالي ٤ر٤٤٪، مقارنة مع ٣١٪ للسياح الأوروبيين، و١٣٪ للعرب وحوالي ٢ر٣٪ من السياح الأمريكيين[٢].

أغراض السياحة:

لا بد بالبداية من تقسيم الموارد السياحيّة إلى ما يلي:

١- الأماكن التاريخية ويتركز وجودها بشكل رئيسي في البتراء وأجزاء أخرى في العقبة.

٢- الأماكن الأثرية: وتتواجد أيضاً في البتراء، مع أماكن أقل أهمية في العقبة ووادي رم.

٣- المناظر الطبيعية: وتعد جبال رم المعلم الأبرز تليها هضاب البتراء.

٤- المواقع الترفيهية وسياحة الشواطئ: وتتصدر الأهمية مدينة العقبة، لما تحتويه من تجهيزات تلبي حاجات الزائرين.

---

[١] سلطة العقبة الاقتصادية الخاصة/ قسم السياحة، ٢٠٠٦.

[٢] موسى، مصطفى محمد: جغرافية السياحة في مدينة العقبة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية (١٩٨٥)، ص ٦١.

والحقيقة أن أغراض السائحين من الزيارة تختلف باختلاف جنسياتهم، فالأوروبيين والأمريكيين عموماً يميلون لزيارة المواقع التاريخية والأثرية والمناظر الطبيعية وهو ما يفسر إقبالهم على زيارة البتراء ورم بنسب أكبر من غيرهم.

أما السياحة العربية القادمة للإقليم الذهبي فهي تقبل على زيارة البتراء بوصفها مدينة فريدة من نوعها، وتحتل الأهمية التاريخية للمدينة حيزاً في الأسباب التي تدفعهم لزيارتها وذلك بحسب دراسة الدكتور سماوي[1].

ومع ذلك فإن من سمات السياحة العربية وخصوصاً تلك القادمة من دول الخليج والعراق أنها سياحة تلتفت إلى الجانب الترفيهي، ولذلك نلاحظ تركّز القادمين من هذه البلدان في مدينتي عمان والعقبة، وهو أمر يعكس بالضرورة جانباً آخر يتمثل في النقص الحاد في المرافق الترفيهية التي تخاطب رغبات السياح العرب في البتراء ووادي رم.

وقد تطرقت الدراسة لدوافع أخرى لزيارة البتراء ولكن بنسب أقل أهمية كالراحة والاستجمام وعامل الأمن والاستقرار، والقيام بالأبحاث العلمية وغيرها، وقد تفاوتت استجابة أفراد العينة المختارة تبعاً لأصولهم.

وفي دراسة أخرى قامت بإجرائها الوكالة اليابانية للإنماء جايكا عام ١٩٩٥، يتبين أهمية العامل الحضاري والتاريخي في اختيار الأردن كمقصد سياحي، إذ وصلت النسبة إلى ما يزيد عن ٧٨٪ من عينة البحث، وكانت البتراء على رأس قائمة المواقع التي يتطلع السائح لزيارتها في الأردن، وأشار ما يزيد عن ٩٠٪ أن الأردن دولة تمتاز بالأمان، وكان لحسن المعاملة ونوعية الضيافة التي يلقاها السائح في الأردن نسبة عالية من الترشيح تجاوزت ٩٥٪[2].

---

[1] سماوي: مرجع سابق (مجلة دراسات)، ص٦٧.

[2] JICA, The study of the Tourism Development in Jordan, P. 3 – 10.

وقد ظهر في دراسة أجريت حول الدوافع الرئيسية لزيارة العقبة أن ٣٠٪ من الأردنيين يذهبون لمدينة العقبة من أجل السباحة على شواطئها، فيما تشكل لدى العرب ٢٦٪ فقط، أما السياح الأوروبيين والأمريكيين فيشكل القادمون للسباحة كدافع ٢٧٪، للجلوس على الشواطئ لأخذ حمام الشمس ١٨٪.

وتمثل الرغبة في رؤية الأحياء البحرية والتمتع بجمالها نسبة ١٢٪، والغطس ١١٪ لدى السياح الأجانب[١].

ومنذ تحويل منطقة العقبة إلى منطقة اقتصادية خاصة، وما ترتب على ذلك من تخفيض على الجمارك المفروضة على السلع المدخلة للعقبة، شهدت المدينة طفرة في السياحة الأردنية لأغراض التسوق، والتمتع ببعض الميزات التفضيلية مقارنة بغيرها من مدن المملكة.

وأما في وادي رم، فنجد أن من أهم الدوافع لزيارتها المناظر الطبيعية والتمتع بالتنوع البيئي في صحرائها.

الخصائص العامة للسيّاح:

الخصائص الديمغرافية والاجتماعية والاقتصادية للسياح:

أظهرت دراسة أجريت حول متوسط أعمار السياح أن ٦٢٪ من أجمالي السياح هم أقل من ٤٠ سنة، وشكل متوسط أعمار السياح العرب ٤٦-٣٤ سنة[٢]، وكانت الفئة ما بين ١٩ – ٣٥ مرتفعة لدى السياح الأردنيين والعرب للبتراء.

---

[١] موسى، مصطفى: جغرافية السياحة في مدينة العقبة، مرجع سابق، ص٦٨.

[٢] الحاج ذيب، فيصل محمد: التسويق السياحي في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة/ الجامعة الأردنية، (١٩٩٠)، ص ٢٠٧.

وأما بخصوص الجنس، فقد كانت نسبة الذكور ٤ر٥٦٪ مقارنة بنسبة للإناث بلغت ٦ر٤٣، وقد كانت النسب متشابهة بمعزل عن جنسياتهم.

وقد وجدت دراسة الدكتور سماوي أن نسبة السائحين المتزوجين مرتفعة لدى السياح الأردنيين والأوروبيين في حين كانت نسبة السياح غير المتزوجين القادمين من البلاد العربية الأخرى والأمريكيين أكبر من غيرهم من الجنسيات.

وقد أبرزت الدراسة ارتفاع المستوى العلمي للسياح إذ تجاوزت نسبة الحاصلين على التعليم العالي (دبلوم متوسط فما فوق)، ٦٨٪.

وفي التحليل العام لمستويات الدخل للسياح لوحظ أن العرب والأردنيين الذين تقل مستويات الدخل لديهم عن ٠٠٠ر١٠ دولار كانوا أكثر عدداً من نظرائهم الأوروبيين والأمريكيين، وكانت فئة العرب الذين تتراوح دخولهم بين ٠٠٠ر١٠ إلى ٠٠٠ر٢٠ مرتفعة مقارنة مع غيرهم، أما الفئة التي تزيد دخولهم عن ٠٠٠ر٢٠ دولار فقد كانت أكبر لدى الأوروبيين والأمريكيين مقارنة بالأردنيين والعرب.

وقد شكل الطلبة والمعلمون نسبة مرتفعة من زوار مدينة البتراء، تلاهم المتقاعدون وخصوصاً في الفئات الأوروبية والأمريكية، وجاء أصحاب المهن الأخرى من هندسية وطبية وصحفية في الفئات التالية[١].

وأما مدينة العقبة ووادي رم فقد شكل السياح الذين تقل أعمارهم عن ٣٦ سنة حوالي ٦٥٪ مما يؤشر إلى أن السياحة الشبابية تعد ظاهرة مميزة، وهو ما يقود إلى الحديث عن ضرورة توفير المزيد من الخدمات التي تغذي متطلبات هذه الفئة العمرية.

---

[١] سماوي، حابس: مجلة دراسات، مرجع سابق ، ص ٦٢.

ويعد التجار ورجال الأعمال وأصحاب المهن الهندسية والخبراء من أكثر الفئات الاقتصادية زيارة للعقبة، ولعل ذلك مرتبط بالنمو الكبير الذي تشهده مدينة العقبة في الآونة الأخيرة وخصوصاً منذ عملية تحويلها إلى منطقة اقتصادية خاصة.

أما من حيث الحالة الاجتماعية لزوار العقبة، فقد شكلت نسبة المتزوجين من السياح غير العرب حوالي ٩ر٥٩٪ في حين كانت حوالي ٤٩٪ لدى الأردنيين والعرب[١].

مصادر استقاء المعلومة:

يشكل الأصدقاء والأقرباء المصدر الأول للمعلومة والأكثر تأثيراً، إذ نجد ٣٩٪ من الأوروبيين قدموا للبتراء بناء على نصيحة أصدقائهم مقارنة مع ٢ر٣٦ بالنسبة للعرب، والأمريكيين بنسبة ٥ر٣٢٪، واحتلت الصحف والمجلات المصدر الثاني للمعلومة عن البتراء بالنسبة للعرب بنسبة ٩ر٣١٪.

وساهمت الإذاعة والتلفزيون المحليين في تشجيع الأردنيين وتزويدهم بالمعلومة عن البتراء بنسبة ٧ر٢٧٪، ولم يكن دور مكاتب السياحة والسفر كافياً في جذب السياح، إذ لم يتجاوز ٢٥٪ بالنسبة للأمريكيين، وأقل من ذلك بالنسبة للجنسيات الأخرى[٢].

وأما السياحة للعقبة فقد بلغت نسبة الذين عرفوا عنها من خلال الأصدقاء والأقارب حوالي ٤ر٤٥٪، فيما ساهمت الإعلانات والنشرات من خلال الصحف والمجلات بنسبة ١٥٪ تقريباً[٣].

---

(١) موسى، مصطفى: مرجع سابق، ص ٧٥.

(٢) سماوي، حابس: مجلة دراسات، مرجع سابق، ص ٦٩.

(٣) موسى، مصطفى: مرجع سابق، ص ٧٩.

وإذا ما نظرنا للسياحة العربية خصوصاً وتلك التي تقصد الأردن بشكل عام، نجد أنها تعتمد بشكل رئيسي على المعلومات التي يحصلون عليها من خلال أصدقائهم وذلك بنسبة تصل إلى ٥ر٦٢٪، فيما تعتبر أجهزة الإعلام من تلفاز وإذاعة مؤثراً ثانياً وبنسبة ٣ر٢٢٪، وقد ساهمت المهرجانات التي تقام في مدن قريبة من العاصمة عمان في جذب السياحة العربية إليها[(١)].

تنظيم الرحلات:

يتميز القادمون إلى الإقليم الذهبي من العرب والأردنيين بكونهم يأتون بشكل فردي، أيّ دون رحلة منظمة من قبل وكالات السياحة، ولعل ذلك عائد إلى قدرة السائح العربي والأردني على تكييف رحلته وفقاً لأهوائه دون مواجهة مشاكل كبيرة نظراً للعوامل المشتركة بين الشعوب العربية وخصوصاً اللغة. وتتسم السياحة العربية عموماً بالعائلية، إذ أن القادمين للأردن وبالتالي للمثلث الذهبي ضمن طابع عائلي بلغوا نسبة ٢ر٥٨٪، أما القادمون بدون عائلات فوصلت نسبتهم إلى ٢٥٪[(٢)].

أما السياحة غير العربية وخصوصاً تلك القادمة من أوروبا والأمريكيتين فتتميز بكونها سياحة مجموعات يتم تنظيمها من قبل القائمين على عمل البرامج السياحيّة (T.O) ووكالات السياحة والسفر، وقد كانت نسبة أولئك الذين وصلوا إلى مدينة العقبة ضمن مجموعات إلى ١ر٥١٪[(٣)].

---

(١) قوقزة، عواد: أنماط واتجاهات السياحة العربية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة/ الجامعة الأردنية، (٢٠٠١) ص٧١.

(٢) قوقزة، عواد: مرجع سابق، ص ٦١.

(٣) موسى، مصطفى: مرجع سابق، ص ٧٩.

ولعل من الجدير الإشارة هنا إلى أن كثيراً من الأوروبيين يقومون الآن بالتجول في أوروبا بشكل فردي ودون اللجوء إلى المجموعات السياحيّة (وهذا واضح بين الفئات الشبابية خصوصاً)، ولعل ذلك عائد إلى عامل الثقة بالبرامج السياحيّة المنشورة على صفحات الانترنت ووجود إمكانية التفاعل مع هذا المواقع من خلال القيام بدراسة الخيارات والمساهمة في وضع برنامج الرحلة، والقيام بالحجوزات اللازمة وانتهاءً بالدفع الالكتروني. وهو أمر ما زال يسير ببطء في المثلّث الذهبي بشكل خاص، وفي الأردن عموماً.

الجُزْءُ الرَّابِعُ

التخطيط الاستراتيجي لتحسين منتج المثلّث الذهبي

إن الأهمية المتزايدة لمساهمة القطاع السياحي في المملكة عموماً وفي المثلّث الذهبي خصوصاً لم تعد خافية في دعم الناتج المحلي الإجمالي، وفي تعظيم المقبوضات الأردنية من العملات الصعبة والتي كانت مساهمتها في العام ١٩٩٨ حوالي ٢١.٢٪ وتستحوذ إلى جانب قطاع الصناعات الاستخراجية والتحويلية، وصناعات الملابس الجاهزة على الجزء الأكبر من مصادر النقد الأجنبي.

ويعد وضع خطة إستراتيجية تأخذ بعين الاعتبار البدء في بناء منتج سياحي واحد يربط بين مناطق الإقليم الثلاثة (البتراء، العقبة، ووادي رم) دونما التفات للتقسيمات الإدارية التي قد تقطع أوصال المنتج وتضعف من تميزه أمراً ملحاً وخطوة تحفز للانطلاق نحو أسواق العالم السياحيّة بثقة أكبر.

وتستند الخطة في حيثياتها إلى الحلقات التي تم بنائها في سلسلة العمل السياحي ومن ثم عملية دمج للمكونات الأخرى التي تشكل رافداً جديداً للهدف الاسمي ككل، وفيما يلي أهم الخطوات التي يجب أن تسير عليها الإستراتيجية:

هيكلة الإقليم

وترتكز هذه الخطوة إلى هدف شامل يتمثل بإعادة ضم أجزاء الإقليم السياحيّة معاً دون النظر للاعتبارات الإدارية التي تضع أجزاء المنتج بشكل غير متناغم، ويكون محور أداء عملها مناطاً بهيئة واحدة تشرف على الأداء السياحي للواقع الموجود، وتقف حائلة ضد أية إجراءات تؤثر سلبياً على المنتج ونوعيته.

وتتضمن مدّونة مهام هذه الهيئة ضمن منطقة الاختصاص (الإقليم الذهبي) ما يلي:

تحديد عناصر الجذب السياحي:

وتقوم هذه العملية من خلال البحث في ثلاثة جوانب رئيسية هي:

١- نوعية الإقليم وموارده: ويكون ذلك من خلال تحديد كافة المقومات البيئية والطبيعية والأثرية التي يزخر بها المثلّث الذهبي، ومحاولة الربط بين المتشابهات من هذه العناصر المكونة له.

٢- دراسة نوعية الخدمات المقدمة لتغطية التوزيع الجغرافي لهذه المقومات من جهة ومدى مراعاتها للحاجات القطاعية للسياح من إيواء وطعام وشراب، وجوانب ترفيهية وربما خدمات نوعية.

٣- تحليل السياح القادمين للمثلث الذهبي، ودراسة أسباب قيام بعضهم بزيارة جزء دون الآخر من الإقليم (كما هو الحال في السياحة العربية والأردنية التي تقبل على زيارة العقبة مثلاً دون المرور بالبتراء). كما يجب أن يتضمن النظر بعناية إلى الأسواق التي لا يتوجه السياح فيها للمثلث الذهبي بكثافة وهذا يتم بالبحث في غاياتهم ورغباتهم، ونوعية الأماكن التي يقصدونها. وهنا نجد أن خير مثال على ذلك هو السياحة الإيطالية التي تعتبر منتجع شرم الشيخ الواقع على البحر الأحمر مكاناً مفضلاً، ولا تنظر لمنتجعات العقبة بذات الطريقة رغم التشابه الكبير في المقومات الطبيعية[١].

---

[١] غنيم، عثمان وبنيتا سعد: التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر، عمان، ط١، (١٩٩٩)، ص١٢٢.

وهنا أشير إلى مدى الضعف في الجهد البحثي الذي يتم إجراؤه على السياح القادمين لمنطقة الإقليم، ويتم الاكتفاء عادةً بالبيانات الرسمية، وبيانات الحدود للأخذ بالمؤشرات عن الحركة السياحيّة، ويقوم بعض الباحثين (كالدكتور حابس سماوي ود. نسيم برهم) بدراسات بين الحين والآخر، لكنها غير كافية ولا تتم بشكل دوري.

ولذا تبرز الحاجة الماسة للبدء في وضع آلية لعمل استبيان بشكل دوري (كل عامين)، تقوم على الإشراف عليه هيئات بحثية تعنى بالشأن السياحي، على أن يتناول بشكل تفصيلي الجوانب الديمغرافية والاجتماعية والاقتصادية للسياح، إضافة للحاجات السيكولوجية للوقوف بشكل جاد على رغباتهم ومدى شعورهم بالرضى عن تغذيتها ضمن حدود المثلّث الذهبي.

ربط التخطيط السياحي بالبيئة:

تعتبر منطقة الإقليم الذهبي واحة بيئية بحد ذاتها، ولذلك فإن أي مساس بهذا الجانب سيشكل تدميراً لأحد أهم المقومات التي تقوم عليها السياحة في هذا الإقليم. وعليه فإن التخطيط العمراني وعمليات الإنشاء يجب أن تأخذ بعين الاعتبار الحفاظ على المشاهد الطبيعية والمناظر الخلابة التي تمثل عامل جذب للسياح[1].

وهنا يجب منع عمليات البناء الذي قد يحدث تلوثاً بصرياً للبانوراما الطبيعية المتواجدة في البتراء سواء تلك الواقعة ضمن حدود المدينة الأثرية أو المناطق الواقعة على الطريق بين الحي الشمالي للبتراء (وادي موسى سابقاً) والحي الجنوبي للبتراء (الطيبة سابقاً). والأمر ذاته ينطبق على المناظر الممتدة بين

---

[1] غنيم، عثمان: مرجع سابق، ص ١٠٩ .

مدينة البتراء إلى منطقة البيضا مروراً بقرية أم صيحون (البوابة الشمالية للبتراء).

وقد شهدنا بعض هذه الاعتداءات على البانوراما الجمالية لهضاب البتراء من خلال وجود بعض المنشآت على الطريق بين الطيبة ووادي موسى، والتي يُخشى أن تتزايد في المستقبل، فتمنع بذلك إمكانية مشاهدة هذه المعطيات الطبيعية.

ولا بد من الإشارة إلى أنه تم إنشاء محمية في البتراء تهدف للعناية بالمدينة الأثرية وبعض المواقع الطبيعية المحيطة بها. والأمر ذاته قامت به سلطة العقبة الاقتصادية الخاصة بإنشائها دائرة معنية بالبيئة وترتبط بها منطقة رم إدارياً. ورغم ذلك فإن الشأن البيئي في الإقليم ما زال في حاجة للتنظيم ولتحديد الأطر التي يتم ضمنها التوزيع العمراني.

ولا شك في أن وضع الأسس التي تنظم الإقليم عمرانياً والالتزام بها أمر ضروري وحيوي، ويجب أن تتضمن جوانب عدة أبرزها كثافة المباني وارتفاعاتها ونسبة مساحة الطوابق إلى نسبة مساحة الأرض التي يقام عليها البناء، ووجود مواقف للسيارات تأخذ بالاعتبار الحاجات الحالية والمستقبلية[١].

ويجب أن يؤخذ التصميم المعماري بعناية عند الحديث عن التخطيط الذي يراعي البيئة، إذ من الواجب أن تراعي التصاميم البيئة المحلية من جهة ونوعية المعالم الطبيعية الموجودة ومحاولة التناغم معها. وهنا تجدر الإشارة إلى تجربة غنية في مدينة البتراء في مجال التنمية البيئية المستدامة والمتمثلة في قرية طيبة زمان والتي تحولت إلى منتجع سياحي مميز في الإقليم الذهبي.

---

[١] غنيم، عثمان: مرجع سابق، ص ١١٠ .

حيث قامت إحدى الشركات السياحيّة بإعادة استعمال المباني الريفية القديمة التي كان يقطنها السُّكّان المحليون في فترات سابقة وقاموا بهجرها والتحول للبيوت الحديثة. واستطاعت الشركة إعادة إحياء هذه البيوت الفارغة وتوفير ٩٨ غرفة فندقية مع تجهيزها بالخدمات الأساسية من مطاعم وبرك سباحة ومراكز للأعمال الحرفية والتقليدية، وتم فتح برامج تدريبية لدمج شباب القرية في العمل الفندقي.

وقد حافظت أعمال الصيانة والترميم لهذه القرية على الطابع العام للبناء فيها القائم على الحجارة المبنية وفقاً للنمط السائد في الأردن وبعض الدول العربية الأخرى (بلاد الشام خصوصاً).

وأدى نجاح التجربة إلى قيام الشركة بالاستثمار في قرية تراثية أخرى في وادي موسى (حياة زمان) وتم صيانتها بذات الطريقة، ثم قام إقليم البتراء بصيانة وترميم قرية إلجي وعمل سوق حرفي فيها، محافظاً بذلك على روح التقاليد القديمة في البناء داخل الإقليم[1].

ولا شك أنه لا بد من المواءمة بين الطلب السياحي على الموارد وطاقتها الاستيعابية من جهة وضمان عدم الإخلال بمكونات المجتمع المحلي من جهة أخرى، حتى تبقى الحركة السياحيّة مقبولة اجتماعياً، وهذا يتأتى من خلال الدمج التدريجي للمجتمع الريفي في العملية السياحيّة وإشراكه في بعض مكونات المنتج السياحي كالتشجيع على ممارسة الحرف اليدوية التقليدية، وهو الأمر الذي يساعد في زيادة قوة الاستجابة المحلية والتفاعل مع النشاط السياحي.

---

[1] حداد، مهنا: الأردن والسياحة، مشكلات وهموم على الساحة، منشورات معهد الآثار والأنثروبولوجيا/ جامعة اليرموك – اربد، ط١، (١٩٩٧)، ص ١٧٤.

كما ويعد من واجبات التخطيط البيئي السليم للإقليم التحقق من نوعية الأنشطة التي تباشر أعمالها، وخصوصاً الصناعية منها (وهنا الحديث عن مدينة العقبة تحديداً حيث تتوافر مجموعة من المصانع) وذلك لضمان احترامها لمعايير السلامة البيئية ومنع التلوث الذي يهدد بيئة الإقليم، خصوصاً وأن نوعية السلاسل الجبلية والهضاب الرملية تتأثر ببواعث المصانع الملوثة وبالتالي التأثير في بعض مكوناتها وملامحها.

إعادة الربط بين مناطق الإقليم:

لقد أضعفت التقسيمات الإدارية التي لم تراعِ الشأن السياحي نوعية المنتج وفاعلية ترويجه. فكما وذكرنا فإن مدينة العقبة ووادي رم يتبعان لمحافظة العقبة وتديرهما سلطة منطقة العقبة الاقتصادية، في حين تتبع البتراء لمحافظة معان، ويقوم على إدارة اللواء سلطة إقليم البتراء، وهو أمر أعاق إلى حد كبير وضع تصور شمولي لخيوط التحرك على مستوى التنظيم والسيطرة، ومن ثمّ التسويق، ذلك أن هناك تداخلاً وازدواجية أحياناً في السياسات الخاصة بكل منطقة دون شمولية أو تكاملية تساهم في تقوية المنتج إقليمياً وعالمياً[١].

وليس بالضرورة عند الحديث عن الربط بين العقبة والبتراء ووادي رم أن يكون أدارياً مباشرة، لكنه من الواجب أن تتوافر فيه الرؤية الواضحة والشاملة لصناعة المنتج على أسس تجارية منافسة يكون فيها للقطاع الخاص الدور الأكبر في الأعداد.

---

[١] غنيم، عثمان: مرجع سابق، ص ٢٢٦.

هيكلة قطاع النقل في المثلّث الذهبي:

حيث يعد العمل على إعادة النظر في آلية عمل النقل العام تحديداً أمراً ملحاً خصوصاً وأن الكثير من وسائط النقل البري التي تعمل على نقل الركاب بين مناطق الإقليم تعود ملكيتها لبعض الأفراد أو لشركات نقل صغيرة وضعيفة مالياً وهو ما ينعكس كلياً على مستوى الخدمة.

ويتمثل الحل الأمثل في توحيد جميع الخطوط الناقلة للركاب في المثلّث الذهبي تحت أدارة شركتين أو ثلاثة على الأكثر، تقوم بموجبها هذه الشركات الناشئة بإطلاق رحلات النقل للركاب بين أجزاء المثلّث الذهبي خدمة للمواطنين وللسياح أيضاً. وذلك لتحقيق التمازج بدرجة أكبر لمكونات المجتمع المحلي المكون للمثلث الذهبي من جهة ولتشجيع الكثير من السياح الذين يقدمون بصورة فردية سواء من جنسيات عربية أو أجنبية على التجوال بين المواقع الثلاث دون قلق مرتبط بالتنقل ومصاعبه.

كما وتعتبر أهمية السياحة العربية والخليجية خصوصاً (بالذات من السعودية) محفزاً كبيراً على التعاون مع هيئات النقل الخليجية لإنشاء سكة حديدية تربط المدن الخليجية الرئيسية مروراً بمكة والمدينة، وربما جدة بالمثلّث الذهبي ابتداء من العقبة حتى البتراء ثم مواصلة المسير بموازاة الطريق الملوكي شمالاً وصولاً لسوريا ولبنان. وتكمن الأهمية النوعية في مدّ هذا الخط بحقيقة أن الأردن وسوريا ولبنان تعد من البلدان المستوردة للسياحة الخليجية وبكثافة كبيرة (تبلغ ذروتها خلال شهري تموز وآب). فيما تعتبر السعودية منطقة جذب للسياحة الدينية ولقوافل الحجيج التي تقوم بزيارة مكة والمدينة وعلى مدار العام.

ولا شك في حقيقة أن توفير هذا النوع من خدمات النقل الرخيص نسبياً، والمنتظم بحكم ارتباطه بجهة استثمارية واحدة سيساعد في إدخال شرائح اجتماعية واقتصادية جديدة في عملية التجوال والتنقل لأهداف سياحية، وبكثافة أكبر من ذلك الذي نشهده في وقتنا الحاضر.

وأما النقل الجوي، فإن إنشاء مطار صغير في مدينة البتراء قادر ومؤهل لاستقبال الطيران العارض الذي يقل الوفود السياحيّة هو ضروري وحيوي لربط المثلّث الذهبي بشكل أكبر مع العالم الخارجي وهو ما قد يحفز بعض شركات النقل الجوي الرخيصة Low-Cost على تسيير رحلات سياحية بالتعاون مع وكالات السياحة والسفر وبأسعار تلبي احتياجات السياح.

رفع كفاءة القوى البشرية:

حيث أظهرت إحدى الدراسات أن ٩١,٣٪ تقريباً من العاملين في القطاع السياحي في المملكة عموماً ليس لديهم مؤهلات سياحية، وهم موزعون بين أولئك الذين ليس لديهم مؤهلات أو الذين لديهم مؤهلات علمية في حقول ليس لها ارتباط مباشر بالقطاع السياحي. كما أظهرت وجود نسبة عالية من العمالة الوافدة التي وصلت إلى ٢١,٦٪ وأكثرهم من الجنسية المصرية، هذا بالإضافة إلى ضعف مشاركة المرأة وعزوفها عن العمل في هذا القطاع، حيث لم تتجاوز نسبة العاملات في القطاع السياحي ١١٪ من مجموع العاملين وتركز عملها في السكرتارية والمحاسبة[(١)].

[(١)] الوحيدي، جمال: القوى العاملة في القطاع السياحي الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة/ الجامعة الأردنية، (١٩٩٠)، ص ٩٥.

التخطيط السياحي في المثلّث الذهبي

تبرز الحاجة جليّة لتخطيط شمولي للإقليم لتحقيق الجذب السياحي المقبول، حيث أن بعض أجزاء المثلّث الذهبي (البتراء ووادي رم خصوصاً) لم يصلا بعد إلى الطاقة الاستيعابية الطبيعية من الزوار والتي تتراوح في مدينة البتراء مثلاً بحوالي ٢٠٠٠ – ٢٤٠٠ زائراً يومياً حسب تقديرات اليونسكو[١].

ويجب أن يستند التخطيط السياحي إلى جانبين:

أولاً: زيادة أعداد السياح وإطالة ليالي الإقامة

ويكون ذلك من خلال دراسة رغباتهم والعمل على تلبيتها عبر إنشاء جملة من المرافق الترفيهية والخدمية التي تحقق ذلك، فالمثلّث الذهبي لا زال بحاجة إلى المزيد من الاستراحات والمطاعم العربية المصنفة خصوصاً في البتراء ووادي رم.

كما تشكل إقامة المهرجانات وحفلات الاستعراض والأنشطة الترفيهية عامل جذب أساسي للسياحة العربية، وهو أمر يمكن ملاحظة أثره في مهرجان جرش الذي حقق شهرة كبيرة للمدينة الأثرية الواقعة إلى الشمال من العاصمة عمان.

وقد قامت في البتراء فكرة إقامة مهرجان ثقافي، وتم انطلاق شعلته في عقد الثامنينات، إلا أنه لم يتمكن من الاستمرار بسبب عدم توفر المدرجات والمسارح

---

[١] الروضان، عبيد وفوزي صادق وطلعت البدور: اقتصاديات السياحة في الأردن، الجمعية العلمية الملكية، عمان، ط١، (٢٠٠٠)، ص ٤٥.

الضرورية للقيام بالأنشطة الثقافية إلى جانب غياب الدعم الفعلي من الهيئات الحكومية وغير الحكومية المتواجدة في الإقليم.

وقد استطاعت الهيئات السياحيّة في البتراء إطلاق مبادرة لزيارة المدينة الأثرية ليلا تحت ضوء الشموع (Petra By Night)، وقد لاقى هذا البرنامج رواجاً كبيراً بين زوار البتراء بسبب ما يتضمنه من أجواء فريدة.

ويعد التسوق واحداً من أهم عناصر الجذب خصوصاً في مدينة العقبة حيث يأتي الكثير من الأردنيين للعقبة للاستجمام والتسوق في المدينة، وعليه فإن الحاجة ضرورية لإقامة مراكز التسوق الكبيرة في العقبة والبتراء لتعزيز السياحة الليلية خصوصاً وأن الكثير من زوار البتراء يشكون من عدم توفر فعاليات لقضاء الليل هناك.

وأما المتاحف فتشكل رافداً مهماً لإغناء ثقافة السائح بالمكان الذي يقوم بزيارته، ولإثراء معلوماته التي اكتسبها بالمشاهدة البصرية البسيطة من خلال التفحص الدقيق لما هو موجود في المتاحف.

وفي هذا الجانب نجد الضعف الكبير في نوعية المتاحف المتواجدة في المثلّث الذهبي، والتي تسبب قصوراً في عرض تاريخنا وحضارتنا بالشكل اللائق للسياح القادمين للإقليم.

وهنا أجد من الأهمية بمكان إنشاء ثلاثة متاحف أساسية في المثلّث الذهبي كما يلي:

١- **متحف أثري وحضاري في البتراء:** ويكون ذلك ببناء متحف كبير حديث في قلب مدينة وادي موسى (الحي الشمالي للبتراء)، يضم بداخله القطع الأثرية المميزة، والعناصر التي تعكس التاريخ الحضاري والثقافي للأردن عموماً وللمثلث الذهبي خصوصاً، على أن تعتمد المعايير

العالمية في أسلوب عرض هذه الكنوز الأثرية والتراثية بالشكل الذي يحقق الهدف الأساسي وهو جذب السائح للبتراء، وخلق مرافق تزيد من إقامته هناك.

٢- **متحف بحري مفتوح في العقبة:** إذ لا بد من استغلال البيئة البحرية الفنية في خليج العقبة والتي تحوي أنواعاً نادرة من الأحياء البحرية ذات الألوان والأشكال المتنوعة.

وتتواجد في مدينة العقبة حالياً عدد من المتاحف البحرية، إلا أنها تحتاج إلى التطوير لتصبح بمستوى المعارض البحرية المتواجدة في بعض الدول المجاورة.

٣- **متحف بيئي في وادي رم:** حيث تعد وادي رم غنية بالتضاريس الطبيعية من جهة وبالحياة البرية من جهة أخرى، وهناك الكثير من السياح الذين يقبلون على زيارة الأماكن بهدف دراستها بيئياً أو الاستمتاع بالظواهر المتواجدة هناك كما هو الحال في الصخور الملونة في وادي رم. وهذا الأمر يستدعي توفير كافة الوسائل التي تحقق للسائح رغباته النوعية تلك، وذلك بإعطائه الفرصة للتعايش مع الموجودات البرية والطبيعية في الإقليم[١].

ثانياً: عملية إنتاج البرامج السياحيّة

ويكون ذلك بالجلوس إلى أصحاب الخدمات السياحيّة من فنادق ومطاعم ومرافق ترفيهية، ومالكي ومشغلي وسائل النقل البري والجوي والبحري إلى

---

[١] الروضان، عبيد: مرجع سابق، ص ٤٤ – ٥٢.

جانب وكالات السياحة والسفر، للبدء في إعداد المنتج السياحي بشكل متكامل من حيث نوعية محتوياته إلى جانب إطاره الخارجي وديباجه تسويقه.

وتعد هذه اللقاءات بين أطراف المنتج السياحي الثلاثة ضرورية وبشكل دوري حتى تسهم في تنسيق البرامج السياحيّة التي تغذي احتياجات السياح وقدراتهم الاقتصادية.

ولا بد من القيام بعملية تصنيف كاملة لكل مفردات المنتج في المثلّث الذهبي، بجوانبه الأثرية والطبيعية والترفيهية إلى جانب تصنيف السياح وتحديد أماكن تصديرهم للمثلث الذهبي، وهذا لا يكون إلا بالحرص على عمل استبيان بحثي كل عامين على الأكثر بحيث يتوجه فيه الباحثون للسياح بأسئلة تغطي مختلف المشاكل التي تواجه منتجي الخدمة السياحيّة في المثلّث الذهبي عند قيامهم بإعداد البرامج السياحيّة.

التسويق السياحي

تبدأ الإستراتيجية التسويقية للإقليم بالتعرف إلى ما يحتوي من مقومات و عوامل جذب أو طرد للسياحة وللاستثمار السياحي.

تحليل لواقع المثلّث الذهبي من خلال نموذج S.W.O.T:

عناصر القوة	نقاط الضعف
الفرص	المعوقات

S. W. O. T. (Analysis)

عناصر القوة (بيئة داخلية):

حيث تتلخص أهم عناصر القوة في المثلّث الذهبي فيما يلي:

١. الموقع الجغرافي المتوسط للمثلث الذهبي.
٢. التنوع المناخي (وجود ثلاثة مناخات).
٣. التنوع الحضاري والأثري في الإقليم.
٤. انفراد مدينة البتراء على مستوى العالم من حيث أسلوب نحتها بين الصخور على خلاف أشكال البناء المتعارف عليها.
٥. توفر الخدمات السياحيّة الأساسية من فنادق ووسائل نقل.
٦. توفر الأمن.
٧. الامتيازات الاقتصادية الكبيرة التي وفرتها إقامة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة (Aseza) من إعفاءات جمركية وسهولة انسياب للسلع.

نقاط الضعف (بيئة داخلية):

١. خضوع المثلّث الذهبي لأكثر من جهة إدارية، وما يترتب على ذلك من ضعف التنسيق والقصور في الآليات الشمولية.
٢. عدم وجود نظام إحصائي دوري يختص بالسياحة في المثلّث الذهبي ويقوم على تحليلها.
٣. ضعف الاستثمارات السياحيّة في بعض أجزاء الإقليم وخصوصاً في وادي رم.

٠٤ قلة عدد خطوط الطيران الرخيص **Low-Cost**، التي تنقل السياح والمستثمرين من وإلى المثلّث الذهبي وبأسعار منافسة.

٠٥ عدم وجود هيئة سياحية تسويقية مختصة بالمثلّث الذهبي.

٠٦ ضعف التدريب المستمر للعاملين في القطاع السياحي.

٠٧ النقص الكبير في المرافق الترفيهية في المثلّث الذهبي عموماً وفي البتراء ووادي رم خصوصاً.

٠٨ القدوم للأردن بوصفه جزءاً من رحلة تشمل إما مصر أو (إسرائيل)، وليس كمحطة رئيسية منفصلة.

الفرص (بيئة خارجية):

٠١ استغلال التضاريس الطبيعية الخلابة في هضاب البتراء ووادي رم لإقامة المخيمات السياحيّة الدائمة.

٠٢ الترويج لسياحة المؤتمرات والمعارض في البتراء و العقبة.

٠٣ إعادة إحياء مهرجان البتراء الثقافي.

٠٤ تعزيز سياحة التسوق في مدينة العقبة لجذب السياحة الداخلية والخليجية.

٠٥ تشجيع خطوط الطيران الرخيص **Low-Cost** على إقامة خطوط ترتبط بمطار الحسين الدولي بالعقبة.

٠٦ إقامة المهرجانات والمسابقات النوعية وبشكل دوري سواء في الرياضات المائية في العقبة أو سباقات الخيل والهجن (الجمال) والطيران الشراعي في البتراء ووادي رم.

المعوقات (بيئة خارجية):

١. الاضطراب السياسي والأمني في الوطن العربي (الشرق الأوسط) والمتمثل بالتدهور الناتج عن احتلال الولايات المتحدة للعراق، والاحتلال الإسرائيلي للأراضي العربية.
٢. الخلط الخاطئ بين الوضع الأمني في فلسطين والعراق والوضع الأمني في الأردن.
٣. وجود منافسة حادة من قبل الأسواق المجاورة وخصوصاً في مصر (وإسرائيل).
٤. قلة الخبرات التسويقية لدى القطاع السياحي العامل في المثلّث الذهبي.
٥. ارتفاع تكلفة الطيران وما يترتب عليه من ارتفاع تكلفة البرنامج السياحي المعد لجذب السياح (Tourist Package)[١].

طبيعة السياسة التسويقية:

ويهدف إلى تحديد المرحلة الفعلية التي يسير فيها منتج المثلّث الذهبي، وقد قسم نموذج (Ansoff) ذلك إلى أربعة مراحل هي:

اختراق	تطوير السوق
تطوير المنتج	تنويع المنتج

Ansoff

---

[١] مركز دراسات الجنوب والتعليم المستمر: السياحة في الأردن، المحددات والرؤى، ورقة مقدمة من المهندس مازن التلهوني (هيئة تنشيط السياحة)، ط١، (٢٠٠١)، ص ٥٩ – ٦٢.

وقد ذهبت بعد دراستي المكثفة لواقع المثلّث الذهبي من جانب الخدمات السياحيّة والمرافق الترفيهية المساندة إلى أن المنتج في الإقليم يمر في مرحلة "تطوير المنتج" والتي بدأت فعلياً منذ عام ١٩٩٣.

لكن الوصول بمنتج المثلّث الذهبي يحتاج أيضاً الجوانب الأخرى، إذ لا بد من دراسة الأسواق التي لا تعد مستهلكاً لمنتجنا السياحي، والبحث في أسباب ذلك من خلال تحليل الحاجات ورغبات المستهلكين في تلك الأسواق والعمل على تلبيتها من جهة وتعريفهم بالمنتج وقيمته من جهة أخرى.

كما تعد عملية "تنويع المنتج" وسيلة أساسية لجذب شريحة مختلفة من السياح كما هو الحال في عملية الالتفات إلى سياحة المعارض والمؤتمرات التي تعتبر من السياحات الأقل حساسية لعامل السعر مقارنة بالسياحات الترفيهية وسياحة العائلات وغيرها[١].

وعليه فان إستراتيجية تسويقية في المثلّث الذهبي يجب أن تحدد ما يلي:

- الرسالة (Mission):

تحقيق سلة من الأغراض السياحيّة (ترفيهية، استجمام، حضارة، آثار ورياضات مائية، وتسلق مناطق جبلية وصحارى) في بقعة جغرافية صغيرة نسبياً.

- الأهداف:

١. تعميق صورة المثلّث الذهبي في ذهنية السائح انطلاقاً ما يحتويه الإقليم من كنوز نادرة على مستوى العالم (البتراء).
٢. جذب أصناف السياح الذين تتماشى رغباتهم وميولهم مع ما يتضمنه المثلّث الذهبي.

---

[١] الطائي، حميد: التسويق السياحي، دار الوراق للنشر، عمان، ط١، (٢٠٠٤) ص ٤٤٣.

٠٣ خلق أسواق جديدة بأسعار مغرية تضمن تدفق الحركة السياحيّة في أوقات الركود (Low-Season).

٠٤ تعزيز صورة الأردن الأمنية وإزالة اللبس الناتج عن تدهور الأوضاع في العراق وفلسطين بسبب الاحتلال.

٠٥ تحقيق التنافسية للسوق المحلي في المثلّث الذهبي في مواجهة الأسواق المجاورة.

ـ الوسائل:

٠١ إنشاء هيئة لتنشيط السياحة في المثلّث الذهبي بتمويل حكومي وأهلي وبإدارة كاملة من القطاع الخاص مع رقابة حكومية.

٠٢ تكثيف الحملات الإعلانية المتلفزة والمسموعة والمقروءة على أن يتم تنويع محتوياتها اعتماداً على سلوك المستهلك في البلد الذي تبث فيه الرسالة الدعائية.

٠٣ الحرص الشديد على إرضاء الزبائن الذين قدموا للمثلث الذهبي، لأن أهم وسائل الترويج هي ما يتناقله السياح من صور وانطباعات إلى بلدانهم.

٠٤ توثيق الربط بين مكونات المنتج من خلال عقد لقاءات بين أصحاب الفنادق والمشرفين على النقل (الجوي والبري خصوصاً) لتحقيق سياسة سعرية عادلة للأطراف جميعاً ومنافسة لما هو موجود في دول الجوار.

ـ الفئات المستهدفة (Targets):

٠١ سياحة الشواطئ والاستجمام في العقبة.

٠٢ السياحة الأثرية والطبيعية في البتراء ووادي رم.

- التسويق المركب (Marketing Mix):

١. السعر:

إذ لا بد من تحليل عميق لكافة العوامل المحيطة عند اتخاذ القرار بتسعير الخدمات المقدمة آخذين بعين الاعتبار تحقيق الأرباح من خلال السياسة التسويقية طويلة الأمد والتي تضمن استمرار المنتج من جهة وولاء الزبائن من جهة أخرى بعكس السياسات السعرية التي تهدف إلى تعظيم الأرباح في مدة زمنية قصيرة والتي قد تؤدي إلى خسارة شريحة كبيرة من السياح على الأمد البعيد.

هناك العديد من المحددات التي تلعب دوراً حيوياً في التحكم بالسياسة السعرية، ومن أبرزها:

١- وضع الأسعار تبعا لنوعية الأسواق المصدرة للسياح من جهة، ومدى تجذر العلامة التجارية وشهرتها من جهة أخرى.
٢- حفظ التوازن بين هامشي التكلفة والربح الذي يجب الأخذ به.
٣- دور بعض مفردات المنتج في تحديد المنتج النهائي للسوق.
٤- مدى الحاجة لعامل السعر لغايات التسويق[١].

والحقيقة أن هناك بعض السياسات السعرية التي أثبتت جدواها كتلك التي تقوم على وضع هامش ربحي معقول في خدمات النقل والمبيت، في مقابل زيادة في أسعار الخدمات الأخرى المساندة كالطعام والشراب، و زيارة المرافق الترفيهية وغيرها وهو ما يسهم في جذب السياح من طبقات اقتصادية واجتماعية مختلفة.

---

[1] Sciarelli, Sergio, Fondamenti di Economia e Gestione delle imprese, (2004) casa editrice di Antonio Milani (CEDAM), Padova . pag. 191

٢. المنتج:

إن التنويع في منتجات المثلّث الذهبي أمر حيوي لتلبية رغبات أكبر قدر ممكن من السياح، ويتضمن ذلك استحداث أشكال مختلفة من السياحة في الإقليم ولعل من أكثرها جدوى في اعتقادي:

- سياحة الشواطئ.
- سياحة الآثار والتاريخ.
- سياحة المخيمات الشبابية.
- سياحة المهرجانات والثقافة.
- السياحة من أجل التسلق والطيران الشراعي والرياضات المائية.
- سياحة المؤتمرات.

وهذا يستوجب أيضاً وجود خدمات بمستويات نوعية مختلفة تتوافق مع قدرات السياح الاقتصادية من خلال إقامة بيوت الشباب الرخيصة والمخيمات الدائمة إلى جانب الفنادق ذات المستوى الرفيع[١].

٣. الترويج:

ويكون الدور الأكبر لترويج المثلّث الذهبي لوسائل الإعلام إلى جانب إعداد نشرات وأفلام وثائقية مكثفة تمزج بين مختلف المكونات (آثار، طبيعة، شواطئ)، بالإضافة إلى استخدام العلاقات العامة والمعارض للتعريف بالإقليم[٢].

---

[١] الطائي، حميد: مرجع سابق، ص ٢٥٨ – ٢٦٠.

[2] Jefferson, Alan And Leonard Lickorish, (1991), Marketing Tourism, published by Longman, 2nd edition. P. 180.

والحقيقة أنه لابد من استضافة فعاليات عالمية لغايات إنتاج أفلام وأغاني بمختلف اللغات ، إلى جانب القيام بالمؤتمرات السياسية الهامة ذات الطابع الدولي على أرض الإقليم.

وهناك نستذكر الأثر الذي تركه فيلم Indiana Jones and the Last Crusade على السياحة في البتراء وفيلم Lawrence of Arabia على السياحة في وادي رم. إضافة إلى بروز منتجعات شرم الشيخ وكامب ديفيد ودافوس بسبب المؤتمرات الدولية الهامة التي عقدت فيها.

ويجب أن يتضمن الترويج للمثلث الذهبي الثبات على الهوية الثقافية والحضارية للإقليم مع الأخذ بعين الاعتبار معاصرة المنتج للمعايير الحديثة، لذلك لا بد من أن تكون التقاليد والفنون والموسيقى العربية والأزياء التراثية حاضرة بقوة لتعزيز تفرد المنتج عن غيره، وهو الأمر الذي يضمن تفاعل المجتمع المحلي مع الحركة السياحيّة بوصفها مستهلكاً لموروثه الثقافي ومنتجاته التقليدية[1].

إطلاق شعار مميز للمثلث الذهبي(Product Branding):

إذ لا بد من اعتماد شعار جاذب يتضمن في تفاصيله البسيطة المكونات الأساسية لمنتج المثلّث الذهبي (آثار، طبيعة، شواطئ)، على أن تكون البتراء الحاضر الأكبر باعتبارها فريدة ومميزة مما يجعل احتمالات الالتباس لدى المستهلكين أقل.

---

[1] Ascher, Francois (1985), Tourism: Transnational Corporations and Cultural Identities, published by Unesco, 1st edition P. 9 –14

ويمكن استعمال هذه العلامة المميزة كوسيلة ترويج مرافقة للمنتجات التقليدية أو حتى الصناعية أو الزراعية الصادرة من الإقليم لتعظيم الصورة المكونة لدى السياح[1].

ويعد الثبات في الرؤيا التسويقية أمراً أساسياً خصوصاً إذا كانت المعطيات مدروسة بعناية عند إطلاق الشعار ومكوناته. لكن ذلك لا يجب أن يحول دون مراجعة دورية للمضامين التي يحتويها ومطابقتها لمستجدات المنتج من جهة، والنتائج التي يحققها هذا الشعار من تثبيت لصورة المثلّث الذهبي على الخارطة السياحيّة العالمية.

٤. التوزيع:

ويشمل تعزيز قنوات التوزيع الحالية سواء وكالات السياحة والسفر أو الشركات العاملة في مجال النقل، ورفع كفاءة العاملين فيها في مجال الإدارة والاتصال وما يتضمنه ذلك من حاجة إلى إتقان المهارات التكنولوجية كاستخدام الإنترنت إلى جانب أهمية الإلمام باللغات العالمية.

ويعد الانتشار الكبير الذي بدأ يمثله الإنترنت في التسويق وبيع الإنتاج عامل دفع باتجاه تطوير مواقع الإنترنت الخاصة بالسياحة في البتراء ووادي رم والعقبة والتي ما زالت تعاني من ضعف في المجال التفاعلي من قبل المستخدم بحيث تزداد سهولة الحصول على المعروضات وتنويع البرامج بسقوف سعرية مختلفة تلائم مختلف الشرائح، إلى جانب زيادة الفعالية في آليات الحجز

---

(1) Ashworth, Gregory And Brian Goodall (1991), Marketing Tourism Places, published by Routledge 2nd Edition, P. 264.

الالكتروني في الفنادق والمرافق السياحيّة الأخرى، كما أنها بحاجة إلى العرض بلغات مختلفة لزيادة التواصل المباشر مع الزبون.

ويحتاج التوزيع الناجح إلى شبكة من الموزعين في الأسواق الرئيسية الحالية (دول الخليج، الدول الأوروبية الغربية، أمريكا الشمالية) إضافة للأسواق المحتملة، على أن يعطى هؤلاء الشركاء الخارجيين دوراً أكبر في إعداد البرامج السياحيّة لقدرتهم على قياس رغبات مواطنيهم واتجاهاتهم.

الأسواق المستهدفة:

الأسواق الأوروبية:

ويمكن تقسيم السوق الأوروبي إلى أربعة أقسام هي:

١. أوروبا الشرقية: وتعتبر روسيا من أهم مصادر السياحة للمنتج الأردني.

٢. أوروبا الشمالية: وتحتل بريطانيا مركزاً مميزاً.

٣. أوروبا الجنوبية: وتتصدره إيطاليا في حجم السياح القادمين للأردن.

٤. أوروبا الغربية: وتمثله ألمانيا وفرنسا.

وتعد الأسواق الأوروبية عموماً من مصادر السياح القادمين للوطن العربي (الشرق الأوسط)، وتواجه الأردن منافسة حادة في هذا المضمار من قبل مصر (وإسرائيل)، ولا بد من تطوير المنتج الأردني ليتناسب مع تطلعات السائح الأوروبي ورغباته.

وتميز السياحة الأوروبية عموماً بأنها سياحة حضارية وسياحة آثار، ويقدم الأوروبيين على القيام بزيارات قصيرة، ويفضلون ممارسة الحياة اليومية والتعايش مع البيئة الشعبية والاحتكاك مع التقاليد الموجودة.

كما يعتبر المعيار البيئي والصحي جانباً هاماً يسعى السياح الأوروبيين للحفاظ عليه وعدم الإضرار به.

وهنا تبرز الأهمية في إقامة النشاطات في المثلّث الذهبي بما يتلائم مع هذه المتطلبات، وإحياء التقاليد الشعبية بشكل أكبر وزيادة عرضها وإتاحة الفرص والمناسبات للسياح لممارسة العادات الحياتية اليومية لأبناء الإقليم.

سوق أمريكا الشمالية:

حيث تعد الولايات المتحدة الأمريكية الرائدة في هذا السوق، ويقبل الأمريكيون على القدوم لزيارة الوطن العربي الأوسط (الأردن وفلسطين ومصر) ضمن أفواج منظمة وجماعية، تستهدف الاطلاع على الإرث الحضاري والأثري للعالم القديم.

وتعد عوامل الأمن والاستقرار إضافة إلى جوانب البيئة والسلامة العامة أساسية في تحديد الوجهة التي يقصدها السائح الأمريكي. ويحرص الأمريكيون على تغذية تجاربهم الشخصية وتعزيزها وهو ما يزيد فرص نجاح المنتج في وادي رم والبتراء خصوصاً لما للمواقع الطبيعية الخلابة من أثر على السياح الأمريكيين.

وتعتبر مقاييس النمو الاقتصادي المرتفع في الولايات المتحدة، والعائد الاقتصادي الكبير من العمل سبباً كافياً لجعل السياحة القادمة من هناك ذات جدوى اقتصادية للسوق الأردني عموماً والمثلّث الذهبي خصوصاً.

دول جنوب شرق آسيا واليابان:

وتتصدر اليابان هذه المجموعة إلى جانب ماليزيا واندونيسيا، لكن نسبة القادمين إلى الأردن عموماً ما زالت متدنية مقارنة مع حجم السياحة التي تصدرها

هذه الدول إلى الخارج والتي تتوجه في اغلبها إلى دول أسيوية أخرى مثل هونغ كونغ، كوريا، الصين وتايلند، وباتجاه الدول الأوروبية.

وتتميز السياحة اليابانية تحديداً بأهميتها الكبيرة، خصوصاً إذا ما أخذنا بعين الاعتبار حجم الإنفاق العالي للسائح الياباني والذي يصل إلى ٣٣٥٠ دولاراً للرحلة الواحدة.

ويعتبر اليابانيون من السياح الذين يفضلون السياحة الثقافية والحضارية وزيارة الأماكن التاريخية والأثرية، فيما تحتل الرغبة في ا لاستجمام والترفيه مرتبة متأخرة عن ذلك.

وعليه فإنه يجب تفعيل مكاتب السياحة والسفر، والهيئات الدبلوماسية والسياحيّة التمثيلية في اليابان والبلدان الآسيوية لزيادة الجاذبية لكنوز المثلّث الذهبي التي تحقق رغبات هذا النوع من السياح.

السوق الخليجي:

ويستحوذ هذا السوق على النسبة الأكبر من حجم السياحة السنوية القادمة للأردن إلا أن العاصمة عمان تعتبر المركز الأول الذي تتجه إليه، كما يقدم الكثيرون منهم على زيارة مدينة العقبة فيما يعتبر إقبالهم على زيارة البتراء ووادي رم منخفضاً، ولعل ذلك مرتبط بنوعية هذه السياحة التي تبحث عن الجوانب الترفيهية.

ويميل السياح الخليجيون عموماً إلى القيام بزياراتهم خلال فصل الصيف بشكل يتزامن مع العطلات المدرسية وارتفاع درجات الحرارة الكبير في بلدانهم من جهة وإقامة المهرجانات والأنشطة في البلدان التي يقصدونها من جهة أخرى.

ولا زال المثلّث الذهبي بحاجة إلى ترويج أكبر في هذا السوق خصوصاً وأن الإقليم قريب جغرافياً للخليج العربي فهو يقع للشمال من السعودية. ويجب أن يتضمن الترويج تفعيل الفعاليات الترفيهية وزيادة نطاقها لتمتد إلى المناطق الأثرية والطبيعية (البتراء ووادي رم)[١].

دور التسويق في التعامل مع مشكلة الموسمية:

حيث تعتبر مشكلة الموسمية من المشاكل التي تواجهها اغلب المواقع السياحيّة في العالم لكن تأثيرها يتفاوت من مكان لآخر، فالأماكن الجبلية مثلاً غالباً ما تحوي موسمين سياحيين أحدهما شتوي والآخر صيفي.

ويجب عند دراسة الموسمية التي يواجهها إقليم المثلّث الذهبي البحث عن العوامل التي تؤدي مباشرة إلى حدوث الموسمية، ودراسة علاقة كل جانب وأثره على عملية العرض والطلب ثم مدى علاقة ذلك كله بطول الموسم أو قصره.

ويرتبط الموسم السياحي عادة بعوامل ذات صلة بنوعية العرض السياحي والطلب من قبل السياح، وحجم ونوعية الثروات السياحيّة المقدمة لهم، وعليه فإن الحديث عن معالجة الموسمية يتطلب دراسة لهذه الجوانب كلها، والعمل على تنويع المنتج ليتناسب مع سياح المواسم على اختلافها[٢].

ويعتبر استثمار الطاقات الاستيعابية التي يتم هدرها خلال الفصول متدنية الأشغال أمراً أساسياً إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن قطاع الفنادق خصوصاً لا يمكنه تعويض الفاقد لأن منتجه غير قابل للتخزين (عدم تأجير الغرفة يعني فاقداً

---

[١] الروضان، عبيد وآخرون: مرجع سابق، ص ٧٠ – ٧٩.

[٢] السكر، مروان محسن: السياحة مضمونها وأهدافها، سلسلة الاقتصاد السياحي، عمان، ط١، (١٩٩٤)، ص ٣١ – ٣٦.

للاستثمار والربح)، والأمر ذاته ينطبق على المطاعم التي يتسبب ضعف حركة الـزبائن لديهـا في زيادة الكلفـة التـشغيلية المهـدورة والمتعلقـة برواتـب العـاملين وبدلات الإيجار والصيانة الدورية للأبنية المستخدمة في القطاع.

وإذا ما أدركنا حساسية الكثير من السائحين للعلاقة بين السعر والتكلفة الإجماليـة للـزيارة مـن جهـة ونوعيـة المنـتج مـن جهـة أخـرى، نجـد أهميـة وضـع إسـتراتيجية سـعرية مزدوجة وذات سـقفين أحـدهما مرتفع بهـامش ربحي معقـول ومنافس للأسواق المجاورة يتم طرحه في الفترات الزمنية التي يكون فيهـا الطلـب على المنتج شديداً وأقل حساسية للسعر، في حين يوضع السقف الآخر بهامش ربحي متواضع وربما ما يغطي التكلفة التشغيلية وتكاليف خدمة الدين (أن وجد) فقط ويطرح في فترات الركود الشديدة والتي يصبح فيهـا الطلـب أكثر حـساسية للسعر.

ولعل هذه العلاقة تبرز أكثر عنـد توزيع النـزلاء بحسب جنسياتهم على فئات الفنادق المختلفـة، حيـث يتضح أن ٦٧٪ مـن مـستخدمي فنـادق الخمـس نجوم هم مـن الـسياح غير العرب، مقارنة مع ٣٢٪ للـسياح العـرب ،في حين يستخدم العرب فنادق الأربع والـثلاث نجوم بنـسبة أكبر تـصل إلى ٩ر٦٢٪ و ٦ر٧٥٪ عـلى التـوالي مقارنــــة مـع ٣٧٪ و ٢٤٪ للرعـايا الأجانــب (غـير العرب).

ومن بين الجنسيات التي يكـثر اسـتخدامها لفنـادق الخمـس نجوم كل من الفرنـسيين والإيطـاليين والبلجيكيـين واليـابانيين والألمـان والأمـريكيين (USA) والقطريين. في حين يكثر في فنادق الأربعة والثلاث نجـوم الـسياح القـادمون من الكويت والأرجنتين والبرازيل ولبنان والسويد والبحرين وتونس والمغـرب. ويكـثر

تواجد القادمين من دول كسوريا والسودان في فنادق النجمتين. وهذا مؤشر يمكن الالتفات إليه في الهامش السعري الذي يتطلع إليه القادمون إلى المثلّث الذهبي[1].

إستراتيجية وزارة السياحة لدعم الحركة السياحيّة:

وتستند هذه الإستراتيجية في مضمونها إلى التركيز على وضع رؤية مستقبلية شاملة لتطوير الأداء السياحي الأردني، ومن ثم عمل لائحة مهام وخطوات يتم السير عليها لتحقيق الرؤية.

وتقوم الرؤية الخاصة لهذه الإستراتيجية على اتجاهات عدة هي:

- استثمار الميزات النسبية والتنافسية للأردن.
- لفت الأنظار إلى قيمة المواقع الأثرية والتراثية والبيئية الأردنية.
- تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص، وتوسيع دور القطاع الخاص في الاستثمار وجذبه.
- موائمة التشريعات والقوانين لحاجات الاستثمار السياحي.
- تطوير القوى البشرية العاملة في القطاع السياحي.
- تعزيز سياسات التسويق والترويج.

هذا وقد تم تحديد الأطر التنفيذية لسلسلة المهام المذكورة عالياً ضمن ثلاثة محاور رئيسية هي:

---

[1] العقيلي، عبد اللّه: المعايير الاقتصادية للاستثمار في المشاريع السياحيّة في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، (٢٠٠٤)، ص ٦٤.

أ- محور المنتج الأردني:

ويشتمل على المواقع الأثرية والحضارية والمقومات الطبيعية التي يجب استغلالها لتنويع المنتج وتعزيز خصائصه، وهو أمر يتضمن أيضاً إقامة البنية التحتية اللازمة لذلك.

ب- محور الموارد البشرية:

حيث يتضمن تطوير الأيدي العاملة في القطاع السياحي من خلال إقامة الدورات التدريبية، وإعادة التأهيل، وتعزيز البرامج الأكاديمية المتواجدة في مدارس التربية والتعليم ومؤسسة التدريب المهني وكليات المجتمع والجامعات، والعمل على التحديث الدائم لتواكب المستجدات في عالم السياحة.

ج- محور التسويق والترويج:

وهو ما يهدف إلى تعزيز صورة المنتج الأردني ومكانته كمركز جذب للسياح من خلال هيئة تنشيط السياحة الأردنية والتي تمثل الأردن في كل المحافل الإقليمية والعالمية. وهي تعمل على زيادة مشاركة القطاع الخاص السياحي في برامج الترويج وبناء سياساته[1].

هيئة تنشيط السياحة:

وتقوم الهيئة ببناء خطة تتماشى مع الإستراتيجية الوطنية للسياحة ٢٠٠٤ - ٢٠١٠، وتجند كافة إمكاناتها لتحقيق جملة من الأهداف من أبرزها:

---

[1] بلتاجي، عقل: إستراتيجية السياحة الأردنية على أبواب القرن الـ (٢١)، ندوة أقامها المنبر الأردني للتنمية الاقتصادية، دار سندباد للنشر، عمان، ط١، (٢٠٠٠)، ص ١٩ – ٣٦.

أ- دعم الخطط التسويقية الحالية.

ب- توسيع النطاق الجغرافي للجهد التسويقي الذي تقوم به الهيئة وفروعها.

ج- بناء صورة للمنتج الأردني في السوق العالمية.

د- زيادة خطوط الطيران التي تقوم برحلات إلى الأردن.

هـ- رفع مهارة وكفاءة الموارد البشرية العاملة في مجال التسويق.

هذا ويتواجد في الهيئة سياسة تسويقية تقوم على تقسيم الأسواق العالمية الرئيسية إلى أقاليم حتى يتسنى التعامل مع حاجات كل فئة، وهذه الأسواق هي:

أ- أسواق أوروبا الشمالية: وتشمل دولاً مثل بريطانيا وألمانيا.

ب- أوروبا الجنوبية: وتشمل دولاً كفرنسا وأسبانيا وإيطاليا.

ج- روسيا وأوروبا الشرقية.

د - أمريكا الشمالية.

هـ- السوق العربي.

و- السياحة الداخلية.

ز- السياحة التعليمية والعلاجية.

وقد حققت الهيئة منذ تأسيسها قفزة نوعية في حجم السياحة القادمة للأردن، ولعل الأهمية تكمن في أنها قطعت شوطاً كبيراً في أعادة مأسسة الجهد التسويقي وبنائه بشكل أكثر عناية، لكن ذلك لا ينفي بأن الموازنة المخصصة لهذا الجهد ما زالت متواضعة مقارنة مع دول الجوار[١].

---

[١] وزارة السياحة والآثار: منجزات وزارة السياحة والآثار، عمان، ط١، (٢٠٠٥)، ص ٨٣.

المصادر والمراجع

- جامعة الحسين بن طلال: الواقع الاقتصادي والاجتماعي لمحافظة معان (٢٠٠٤).
- ـــــــــــ: الواقع الاقتصادي والاجتماعي لمحافظة معان. (٢٠٠٣)
- الجريدة الرسمية الأردنية، عدد ٤٤٧٧ ، لسنة ٢٠٠١.
- جمال الوحيدي: القوى العاملة في القطاع السياحي الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة/ الجامعة الأردنية (١٩٩٠).
- حابس سماوي: السياحة والاستجمام في الأردن، لجنة تاريخ الأردن، عمان، ط١ (١٩٩٤).
- ـــــــــــ: واقع الحركة السياحيّة في البتراء، بحث منشور في مجلة دراسات الصادرة عن الجامعة الأردنية، العدد الأول (١٩٩٠).
- حميد الطائي: التسويق السياحي، دار الوراق للنشر، عمان، ط١. (٢٠٠٤)
- الخدمات الطبية الملكية/ التقرير السنوي ٢٠٠٤.
- دائرة الآثار العامة: تقارير غير منشورة، ٢٠٠٦ .
- دائرة الإحصاءات العامة: إحصاءات النقل والتخزين والاتصالات، عمان (٢٠٠٢)
- ـــــــــــ: مسح العمالة والبطالة ـ التقرير السنوي (٢٠٠٥).
- دائرة الترخيص/ مديرية الأمن العام.
- دليل الأعمال: نشرة عن منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، ط١. (٢٠٠٥)

- رشا الأسطة: السياحة البيئية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة/ الجامعة الأردنية. (١٩٩٧)
- زيدون المحيسن: البتراء مدينة العرب الخالدة، سلسلة التثقيف الشبابي، وزارة الشباب، عمان، ط١(١٩٩٦).
- ـــــــــــ: هندسة المياه والري عند الأنباط العرب، هيئة بيت الأنباط، البتراء، ط١(٢٠٠٢).
- سلطة إقليم البتراء: بيانات دائرة العلاقات العامة، تقارير غير منشورة.
- سلطة الطيران المدني.
- سلطة العقبة الاقتصادية الخاصة: نشرة ترويجية خاصة.
- ـــــــــــ: قسم السياحة، ٢٠٠٦.
- صفوان التل: الآثار العربية والإسلامية في الأردن، وزارة الشباب، عمان، ط١ (١٩٩٨)
- صلاح الدين البحيري: الأردن دراسة جغرافية، منشورات لجنة تاريخ الأردن، عمان، ط١. (١٩٩٢)
- ـــــــــــ: جغرافية الأردن، مكتبة الحسيني، عمان، ط٢. (١٩٩١)
- عبد المجيد الشناق: المدخل إلى تاريخ الأردن وحضارته، عمان، ط١ (ط٣). (٢٠٠٣)
- عبد الله العقيلي: المعايير الاقتصادية للاستثمار في المشاريع السياحيّة في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة/ الجامعة الأردنية. (٢٠٠٤)
- عبد الله عوض الزلابية: وادي رم بين الماضي والحاضر، ط١ (١٩٩٨).
- عبيد الروضان: وفوزي صادق وطلعت البدور: اقتصاديات السياحة في الأردن، الجمعية العلمية الملكية، عمان، ط١. (٢٠٠٠)

- عثمان غنيم، وبنيتا سعد: التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر، عمان، ط١. (١٩٩٩).
- عقل بلتاجي: إستراتيجية السياحة الأردنية، على أبواب القرن الـ (٢١)، ندوة أقامها المنبر الأردني للتنمية الاقتصادية، دار سندباد للنشر، عمان، ط١. (٢٠٠٠)
- عواد قوقزة: أنماط واتجاهات السياحة العربية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة/ الجامعة الأردنية. (٢٠٠١)
- فيصل محمد الحاج ذيب: التسويق السياحي في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة/ الجامعة الأردنية. (١٩٩٠)
- لانكستر هاردنج (Lankester Harding) : آثار الأردن، دار لندن للنشر، لندن، ط١ (١٩٦٥).
- محمد عبد الكريم محافظة: الأردن تاريخ وحضارة، مؤسسة حمادة للنشر، إربد، ط١. (٢٠٠١)
- محمود العابدي: البتراء، مكتبة الطاهر، عمان، ط١ (١٩٥٦)
- المركز الجغرافي الملكي: الأردن صور وخرائط، المركز الجغرافي، عمان، ط١. (١٩٩٣)
- ــــــــــــــــ: الأردن، صور وخرائط، المركز الجغرافي، عمان، ط٢ (٢٠٠٥).
- مركز دراسات الجنوب والتعليم المستمر: السياحة في الأردن، المحددات والرؤى، ورقة مقدمة من المهندس مازن التلهوني (هيئة تنشيط السياحة)، ط١. (٢٠٠١)

- مروان محسن السكر: السياحة، مضمونها وأهدافها، سلسلة الاقتصاد السياحي، عمان، ط١. (١٩٩٤).
- مصطفى محمد موسى: جغرافية السياحة في مدينة العقبة، رسالة ماجستير غير منشورة/ الجامعة الأردنية. (١٩٨٥)
- مطيع شبلي الطعامنة: دور السياحة في التنمية الاقتصادية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة/ الجامعة الأردنية. (٢٠٠١)
- منى أحمد الطائي: المعالم الأثرية في المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة، عمان، ط١. (٢٠٠٤)
- مهنا حداد: الأردن والسياحة "مشكلات وهموم على الساحة"، منشورات معهد الآثار والأنثروبولوجيا/ جامعة اليرموك، إربد، ط١. (١٩٩٧).
- الموقع الالكتروني لوزارة النقل الأردنية (www.mot.gov.jo).
- نعيم الظاهر، وسراب الياس: مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر، عمان، ط١ (٢٠٠١).
- نوفان السوارية، وحنان ملكاوي وإبراهيم الشرعة: تاريخ الأردن وحضارته، عمان، ط١(٢٠٠٥).
- وزارة التخطيط: مؤشرات عن محافظات المملكة (٢٠٠٥).
- وزارة التربية والتعليم: الكتاب السنوي (٢٠٠٥).
- وزارة السياحة (الموقع الإلكتروني للوزارة www.mota.gov.jo).
- ــــــــــــــ: إنجازات وزارة السياحة والآثار، عمان، ط١. (٢٠٠٥)
- ــــــــــــــ: النشرة الإحصائية السياحيّة ٢٠٠٦/ مديرية الإحصاء.

- وزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة: النشرة الإحصائية السياحيّة، المجلد الأول. (٢٠٠٥)
- وزارة الصحة: التقرير السنوي ٢٠٠١.
- وزارة العمل: إحصاءات الوزارة.
- وزارة المالية: تقرير الأداء السنوي للاقتصاد الأردني في ٢٠٠٥ (الموقع الإلكتروني).
- وزارة المياه: التقرير السنوي (٢٠٠٤)
- وزارة النقل: قطاع النقل في الأردن، مديرية الأبحاث والدراسات، عمان، ط١ (١٩٩٨).

- **References:**

- JICA, the study of Tourism development in Jordan.
- Jefferson, Alan and Leonard Lickorish, (1991), Marketing Tourism, published by Longman, 2nd edition.
- Ascher, Francois (1985), Tourism: Transnational Corporations and Cultural Identities, published by Unesco, 1st edition.
- Ashworth, Gregory and Brain Goodall (1991), Marketing Tourism Places, published by Routledge, 2nd edition.
- Sciarelli, Sergio, Fondamenti di Economia e Gestione delle imprese, (2004) casa editrice di Antonio Milani (CEDAM), Padova .

المحتويات



الشركة الجديدة للطباعة والتجليد
The New Printing & Binding Co.
تلفون: ٥٣٣٤٣٩٦ - ٥٣٤٥١٦٣
ص. ب ٩٢٨٠٥٨ عمان ١١١٩٠ الأردن